

Ville-Pekka Arponen

VIRKISTYSTOIMINTA JA YRITYSTAPAHTUMAT KAAKKOIS-
SATAKUNNAN PK- YRITYKSISSÄ

Matkailun koulutusohjelma
2015

VIRKISTYSTOIMINTA JA YRITYSTAPAHTUMAT KAAKKOIS-SATAKUNNAN PK- YRITYKSISSÄ

Arponen, Ville-Pekka
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Kesäkuu 2015
Ohjaaja: Garcia, Tiina
Sivumäärä: 50
Liitteitä: 2

Asiasanat: virkistystoiminta, työhyvinvointi, suhdetoiminta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää minkälaisia palveluita Kaakkois-Satakunnan pk-yritykset käyttävät virkistyspäiviensä- ja toimintansa sekä yritysvierailuidensa järjestämisessä. Opinnäytetyön tavoitteena oli antaa alueen yrittäjille tietoa mitä palveluita yritystapahtumien ja virkistystoiminnan suhteen tulisi kehittää ja minkälaisia asioita pitäisi ottaa huomioon kehitystyössä.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena kyselytutkimuksena. Tutkimusaineisto kerättiin lopulta kokonaan verkkokyselyn avulla. Tutkimukseen valikoitui 28 kohderyhmään soveltuvaa yritystä, joista 8 vastasi kyselylomakkeeseen. Vastausprosentiksi muodostui näin ollen 29 %.

Tulokset esitettiin aihepiireittäin muodostettuina sanallisina tiivistelminä, joissa tuotiin vastausten keskeisin sisältö esille. Näiden tueksi muodostettiin havainnollistavia kaavioita niistä tutkimuksen osa-alueista, joissa yritysten toiminnassa oli havaittavissa samankaltaisia käytäntöjä tai aihealueet olivat muuten helpompi esittää tilastollisena faktatietona.

Yritysten virkistyspäivien järjestämisessä hyödynnettiin pitkälti liikunta- ja ravintolapalveluita, joiden tueksi oli usein sidottu jokin vaihteleva lisäpalvelu. Yritysvierailuiden järjestämisen suhteen yritykset olivat harvinaisen yksimielisiä toteutustavasta. Jokaisessa yrityksessä yritysvierailuissa oli ensin ns. virallinen osuus eli yritysesittely, jonka jälkeen ohjelma jatkui ruokailuiden tai muiden tarjoiluiden parissa. Työntekijöiden vapaa-ajan virkistyspalveluissa korostettiin liikuntapalveluiden merkitystä sekä ikäohjelman mukaista toimintaa.

Tutkimustuloksia tullaan hyödyntämään osana erilaisia alueellisia kehityshankkeita, jonka lisäksi tuloksien avulla pyritään jatkossa kehittämään paikallisia palveluita siihen suuntaan, että yritykset tulevat hyödyntämään lähialueidensa palvelutarjontaa. Tällä tavoin pyritään parantamaan alueellista talouskasvua, mistä hyötyy niin alueen palveluiden tuottajat kuin kuluttajayrityksetkin.

RECREATIONAL ACTIVITIES AND BUSINESS EVENTS AT SMALL AND MEDIUM- SIZED ENTERPRISES IN SOUTHEAST SATAKUNTA

Arponen, Ville-Pekka
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism
June 2015
Supervisor: Garcia, Tiina
Number of pages: 50
Appendices: 2

Keywords: recreational activities, occupational well-being, public relations

The purpose of this thesis was to clarify which services are used by small and medium-sized enterprises in southeast Satakunta when they are executing their recreational activities and business events. The object of this thesis was to generate such an information that could be used by local service providers to develop their services to reflect customer needs.

The research was carried out using qualitative methods and the research material was collected by using web questionnaire. 28 enterprises were selected to a subject group and eight of them filled out the questionnaire so the final response rate was 29 %.

The results were presented as verbal summaries for every subject matter. Statistical diagrams and charts were also used as a supporting information for summaries.

Enterprises recreational activity days were mostly based on catering services and various sport activities. Most of the companies had also some sort of extra service included in the program. Companies organized their corporate hospitality events with similar models. Events started with formal business introduction and proceed with more casual dinner or other catering services. Sport activities and employee's aging programs were highlighted factors in leisure time recreational services.

The research results will be used as a part of local economy developing projects. Other important future goal is to achieve a situation where local enterprises will utilize areal services which effects on regional economic growth. Service developing is the key factor to achieve these goals and research results gives an information base for service developing actions.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSONGELMAT JA TUTKIMUKSEN TARKOITUS.....	5
2.1	Tutkimusongelmat	5
2.2	Tutkimuksen tarkoitus	7
3	OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	8
3.1	Lähtökohdat ja kohderyhmä	8
3.2	Tutkimusmenetelmä.....	9
3.3	Tutkimusaineiston keruu.....	12
3.4	Tutkimusaineiston käsittely ja analysointi.....	14
4	TYÖHYVINVOINNIN NÄKÖKULMIA	15
4.1	Työhyvinvoinnin osa-alueet.....	15
4.2	Virkistystoiminta.....	21
4.3	Työhyvinvointi yritysten kilpailuetuna.....	23
5	YRITYSTAPAHTUMAT JA SUHDETOIMINTA	26
5.1	Yritystapahtumat.....	26
5.2	Yritysvierailuiden järjestäminen.....	29
6	TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI	33
6.1	Taustatiedot.....	34
6.2	Virkistystoiminta.....	34
6.3	Yritysvierailut	40
6.4	Työhyvinvoinnin virkistyspalvelut	41
6.5	Tutkimusalueen palvelutarjonnan nykytila ja tulevaisuus	43
6.6	Tulosten luotettavuustarkastelu	44
7	TULOSTEN YHTEENVETO.....	47
8	POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	48
	LÄHTEET.....	50
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää minkälaisia palveluita Kaakkois-Satakunnan pk-yritykset käyttävät virkistyspäiviensä- ja toimintansa sekä yritysvierailuidensa järjestämisessä. Opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteena on antaa alueen yrittäjille tietoa mitä palveluita tulisi kehittää ja minkälaisia asioita tulisi ottaa huomioon, jotta pystyttäisiin vastaamaan alueen yritysten kyseisiin tarpeisiin.

Tutkimuksen aihe on lähtenyt käytännön työelämässä heränneestä tarpeesta. Työ toteutetaan yhteistyössä Kokemäen kaupungin kanssa ja tilaajana toimii Tiina Hämäläinen. Tutkimuksen tuloksia pyritään hyödyntämään osana alueellisia kehityshankkeita, mutta tärkeimpänä käyttökohteena nähdään paikallisten palveluiden kehittäminen.

Työn ajankohtaisuutta puoltaa osaltaan myös nykyinen laskusuhdanne taloudessa, jonka myötä paikallisten palveluiden suosiminen yritysten toiminnassa korostuu entistään. Paikallisten palveluiden hyödyntäminen tuo tuloja alueen palveluiden tarjoajille ja parantaa kuluttajayritysten kustannustehokkuutta, kun vaadittavia palveluita ei tarvitse hakea oman toimialueensa ulkopuolelta.

Virkistystoiminta ja tapahtumatuotanto aihepiireinä osuvat hyvin tutkijan omaan näkemykseen matkailualan mielenkiintoisimmista toiminta-alueista. Tämän lisäksi työelämästä noussut tarve tutkimukselle ja selkeät hyödyntämiskohteet ovat suurimmat kannustimet työn tekemiseen.

2 TUTKIMUSONGELMAT JA TUTKIMUKSEN TARKOITUS

2.1 Tutkimusongelmat

Opinnäytetyöni tutkimusongelmat voidaan jakaa karkeasti kolmeen eri kategoriaan, jotka tukevat toinen toisiaan ja muodostavat yhdessä tutkimuksen kannalta olennaisen kokonaiskuvan aiheesta.

Ensimmäisenä osa-alueena tutkimuksessani tulee olemaan yritysten sisäisten virkistystapahtumien (virkistyspäivät, TYKY-päivät) sekä vapaa-ajan virkistystoiminnan käytännöt.

Toisena tutkimuksen keskeisenä teesinä tulee esiintymään yritysvieraille järjestettävien tapahtumien ohjelmallisuuteen ja käytäntöihin liittyvät tekijät. Pääpaino yritysvierailuissa pyritään pitämään kansainvälisissä yritysvieraissa ja kansainvälisyys onkin ollut tutkimukseen valittavien yritysten keskeisimpänä edellytyksenä. Yleisen työhyvinvoinnin, kuten työterveyden, työpaikan hygieniatason, työergonomian, työturvallisuuden ja työyhteisön toimivuuteen liittyvät tekijät olen sen sijaan sulkenut tutkimukseni ulkopuolelle.

Lisäksi tutkimuksessani haen hieman suuntaa antavia vastauksia kyseisten yritystapahtumien ja työhyvinvointiin linkittyvien vapaa-ajan virkistyspalveluiden nykytilasta ja tulevaisuuden näkymistä valitulla tutkimusalueella.

Tutkimusongelmani tiivistetysti ovat:

1. Mitä yritysten virkistyspäivät- ja toiminta pitävät sisällään ja minkälaisia palveluita näiden järjestämiseen on hyödynnetty?
2. Minkälaisia käytäntöjä yrityksillä on yritysvieraille järjestettävien tapahtumien suhteen?
3. Mikä on yritysten näkemys Kaakkois-Satakunnan palvelutarjonnan (virkistystoiminta, yritystapahtumat) nykytilasta sekä kehitysehdotukset näiden parantamiseksi?

2.2 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimukseni tarkoituksellisuuteen on viitattu jo osittain johdannon osuudessa, mutta päästäksemme syvällisemmin perille tutkimuksen taustalla oleviin kysymyksiin, raotan hieman perinpohjaisemmin tutkimuksen lähtökohtia sekä tavoitteita seuraavassa.

Tutkimuksen tuloksia pyritään hyödyntämään Kaakkois-Satakunnan elinkeinoelämän kehittämisessä. Tarkoituksena on selvittää minkälaisia palveluita yritykset käyttävät sisäisissä yritystapahtumissa, työhyvinvoinnin edistämisessä sekä yritysvieraiden (mielellään kansainväliset) kestitsemisessä. Tarkoituksena on tarjota alueen yrittäjille tietoa mitä palveluita tulisi kehittää, jotta pystyttäisiin vastaamaan mahdollisimman kattavasti yritysten virkistystoiminnan sekä yritystapahtumien järjestämisen vaatimia puitteita.

Tulevaisuuden tähtäimessä toivotaan yritysten käyttävän paikallisia palveluita, jotta tulot eivät virtaa muualle. Palveluiden oikeanlainen suuntaaminen hyödyttää samalla yrityksiä, jotka säästävät hyödyntämällä alueellisia palveluita. Samalla tuodaan yritysvieraille esille alueen vetovoimaisuutta ja edistetään talouskasvua. Kaikki edellä mainitut asiat ovat tällä hetkellä erityisen korkealla jalustalla, kun Satakunnan elinkeinoelämässä eletään laskusuhdannetta ja paikallisen yhteistyön merkitys korostuu jatkuvasti.

Tutkimuksen perimmäisenä tarkoituksena on lähinnä antaa suuntaa ja hieman ideoita, minkälaisia palveluita nykypäivän yritykset käyttävät yritystapahtumissaan. Tutkimuksen tuloksia tullaan hyödyntämään mahdollisesti osana erilaisia alueellisia kehityshankkeita. Tutkimus toteutetaan yhteistyössä Kokemäen kaupungin kanssa, joiden vastuulle jää tuloksien hyödyntäminen sekä tutkimuksen jatkojalostus kohti kirkkaampaa näkymää aiheesta.

3 OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

3.1 Lähtökohdat ja kohderyhmä

Opinnäytetyöni tutkimuskohde pohjautuu käytännön työelämässä heränneeseen tarpeeseen, mihin lähdetään hakemaan vastauksia tarkemman tutkimuksen kautta. Tutkimus tehdään yhteistyössä Kokemäen kaupungin kanssa ja yhteyshenkilönä projektissa toimii Tiina Hämäläinen. Tutkimuksen tavoitteena on siis antaa tietopohjaa yritysten tarpeista, jotta Kaakkois-Satakunnan alueellisia palveluita voitaisiin kehittää yritysten työhyvinvoinnin edistämisen sekä yritystapahtumien järjestämisen saralla. Tutkimuksen tuloksien toivotaan hyödyttävän sekä palvelujen tarjoajia (ohjelmapalvelut, majointus- ja ravintolapalvelut jne.) että yrityksiä, jotka hyödyntävät kyseisiä palveluita toiminnassaan. Erilaiset paikalliset elinkeinoelämän kehittämishankkeet ovat myös yksi tutkimuksen tuloksien hyödyntämiskohde.

Tutkimuksen kohderyhmäksi olemme yhdessä tilaajan kanssa sopineet pk-sektorin yritykset, joiden toimintaan liittyy vahvasti kansainvälisyys ja tämän kautta yritysvierailuille suunnatut tapahtumat ovat yrityksille arkipäivää. Pk-yrityksillä tarkoitetaan niitä yrityksiä, jotka työllistävät vähintään 50 henkilöä, mutta henkilöstön vahvuus on kuitenkin alle 250 työntekijää. Pk-yrityksen muita tunnuspiirteitä on alle 50 miljoonan euron vuosittainen liikevaihto tai taseen summa enintään 43 miljoonaa euroa, jonka lisäksi yrityksen tulee täyttää riippumattomuutta kuvaavat ja muut suositukseen sisältyvät tunnuspiirteet (Holopainen 2012, 156). Yritysvierailuissa pääpaino tulee olemaan nimenomaan kansainvälisissä yritysvieraissa sekä heille suunnatuissa palveluissa. Tutkimuksen kohderyhmän valintaan on pitkälti vaikuttanut selkeä tekijä – ostovoima. Tutkimukseen valitut yritykset ovat tutkimusalueen merkittävimpiä työllistäjiä ja ovat samalla paikallisten yritysten houkuttelevimpia asiakkaita. Pk-sektorin yritysten lisäksi tutkimukseen on valittu muutama suuri yritys (+300 henkilöä työllistävä). Henkilöstön määrä ja yrityksen korkea liikevaihto kulkevat useimmiten käsi kädessä työntekijöille sekä yritysten henkilöstötapahtumiin suunnattujen palveluiden kulutuksessa.

Virkistystoimintaan ja yritysvierailuihin keskittyvien palveluiden kehittämiseksi on nähtävissä selkeä tarve, jotta potentiaalisia yritysasiakkaita on helpompi houkutella alueellisten palveluiden äärelle. Tutkimusalueeksi olemme määritelleet tilaajan kanssa Kaakkois-Satakunnan (Huittinen-Eura-Köyliö-Säkylä-Kokemäki), joiden lisäksi tutkimuksen kohderyhmää kasvatetaan tarvittaessa vielä Harjavallan sekä Eurajoen yrityksillä. Tutkimukseen on valittu yritysrekisteristä sekä Satamittarin yritystiedoista (Satamittarin www-sivut 2015) kaikki yli 50 henkilöä työllistävät yritykset, joilla on kansainvälistä toimintaa. Nykypäivän liike-elämästä puhuttaessa tämä tarkoittaa käytännössä tutkimusalueella kaikkia niitä yrityksiä joiden henkilöstön vahvuus on yli 50 työntekijää. Kaiken kaikkiaan tutkimukseen valittuja yrityksiä on 28 kpl ensisijaisella tutkimusalueella, minkä lisäksi tutkimuspohjaa voidaan kasvattaa vielä yhteensä kahdeksalla yrityksellä Eurajoen ja Harjavallan talousalueelta.

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmistä on useita eri variaatioita, mutta perinteisesti menettelytavat jaetaan kahteen tutkimusmenetelmään, kvalitatiiviseen eli laadulliseen tai kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimusmenetelmään. Tutkimuksen selkeyttämiseksi ja tuloksien analysoinnin sekä julkaisemisen kannalta käytännöllisintä on valita tutkimuksen toteutukselle toinen näistä vaihtoehdoista. Tutkimuksen toteutustapa määrittelee koko tutkimusprosessin etenemistä ja antaa selkeät parametrit tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseen vaadittavista toimenpiteistä.

Oman tutkimukseni toteuttamisen kannalta tuntui kvalitatiivinen (laadullinen) tutkimus soveltuvan parhaiten asetetuissa tutkimusongelmissa esiintyvien asioiden esiintuomiseksi. Tutkimus toteutettiin pitkälti kvalitatiivisten periaatteiden mukaan, mutta tuloksista oli havaittavissa selkeitä yhteneviä linjoja eri yritysten välillä, joten näiden esittämiseksi hyödynnettiin myös määrälliselle tutkimukselle ominaisia kaavioita ja taulukoita. Toinen kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää tukeva toiminto oli tutkimuksen toteutuksessa käytettävä verkkokyselylomake, joka viittaa selkeästi kvantitatiivisen tutkimuksen periaatteisiin.

Kvantitatiivisten taulukoiden ja kyselylomakkeen hyödyntämisestä huolimatta opin-
näytetyöni tutkimuksen perimmäinen luonne myötäili kuitenkin vahvasti kvalitatiivi-
sen tutkimuksen tunnusmerkkejä: ” Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään tutki-
maan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti”. ”Kvalitatiivisessa tutkimuk-
sessa on pyrkimyksenä pikemmin löytää tai paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo ole-
massa olevia (totuus) väittämiä”. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161). Tutki-
mukseni pyrkimyksenä oli selvittää miten asiat yrityksissä konkreettisesti olivat eikä
peilata tuloksia ennalta määrättyihin oletusarvoihin. Jokaisella kyselyyn vastanneella
yrityksellä oli lähtökohdiltaan mahdollisuus tuoda kysymyksissä esille juuri niitä asi-
oita, jotka kokivat asiayhteyden kannalta tärkeimmiksi.

Kvalitatiivisen tutkimuksen määritelmä on moniulotteinen eikä sille ole olemassa mi-
tään yhtä ja ainoaa selitystä. Laadullisessa tutkimuksessa kuvataan todellista elämää
ja pyrkimyksenä on tuoda esille todellisuuden eri haaroja sekä kuvata tutkittavaa asiaa
kokonaisvaltaisesti. Yksi keskeinen lähtökohta on myös se, ettei tutkimuksen pohjana
ole mitään ennalta määriteltyä hypoteesia tai olettamusta tutkittavan aiheen esiintymi-
sestä, jota lähdetään testaamaan. (Hirsjärvi ym. 2009, 161- 164.)

Laadullisessa tutkimuksessa ovat otannat pieniä ja tutkimuksessa painotetaan tapaus-
joukon perusteellista analysoimista (Eskola & Suoranta 2005, 18). Tämä oli myös
oman opinnäytetyöni tutkimuksen pyrkimyksenä. Aiheesta ei ollut olemassa aikaisem-
paa tutkimuspohjaa valitulta tutkimusalueelta, joten tarkoituksena oli hahmottaa tutki-
musongelmissa määriteltyjä aiheita ja niihin vaikuttavia tekijöitä eri näkökulmista. Tä-
män lopullisesta toteutumisesta voidaan olla montaa mieltä, mutta lähtökohtaisesti tut-
kimusta lähdettiin kuitenkin toteuttamaan laadullisen tutkimusmenetelmän periaattei-
den mukaisesti.

Kysely on yksi tapa kerätä aineistoa tutkimuksen pohjaksi. Kyselyn avulla kerättyä
aineistoa käsitellään yleensä kvantitatiivisesti. Kvalitatiivisesta tutkimuksesta puhut-
taessa, sanotaan läheisen kontaktin tutkittaviin olevan keskeinen edellytys, mutta kva-
litatiivisessäkin tutkimuksessa tutkija voi olla etäällä tutkittavista. (Hirsjärvi ym. 2009,
194.)

Opinnäytetyöni tutkimustyössä keskeisenä tavoitteena oli saada kokonaisvaltaista kuvaa yritysten käytännöistä tutkittavan aiheen suhteen, mikä on kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillistä. Tutkimusmenetelmäksi valitsin kuitenkin kvantitatiiviseen tutkimukseen usein rinnastettavan kyselymenettelyn. Suoranainen kontakti tutkittaviin ei kuitenkaan ole täysin välttämätöntä, kuten edellä todetaan.

Kyselyn valinta tutkimuksen menettelytavaksi määräytyi pitkälti sen helpon toteutuksen vuoksi. Kysely mahdollistaa laajan tutkimusaineiston, se säästää tutkijan aikaa sekä vaivannäköä ja aikataulun suunnitteleminen selkeytyy. (Hirsjärvi ym. 2009, 195.)

Kyselyn valinta kvalitatiiviseen tulosten analysointiin on kuitenkin arveluttava, sillä kysely tuo mukanaan monenlaisia tulosten luotettavuuteen liittyviä ongelmia. Keskeinen ongelma on usein alhaiseksi muodostuva vastausprosentti, mikä on erityisen kriittinen ongelmakohta tutkimukseni kohderyhmän huomioiden (vain 28 yritystä). Kyselytutkimuksen yleisinä haittoina pidetään lisäksi vastaajien epärehellisyyttä, kysymysten ymmärrettävyyttä, tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden perehtyneisyyden tasoa tutkittavan asian suhteen sekä ”katoa” (vastaamattomuus). (Hirsjärvi ym. 2009, 195)

Kyselylomake (LIITE 1) muodostui yhdeksästätoista (19) avoimesta kysymyksestä, joihin vastaajilla oli mahdollisuus vastata omin sanoin ja tuoda esille juuri niitä asioita, joita pitivät itse asian kannalta olennaisimpina. Tämän kaltainen informaatio oli tutkimuksen tulosten kannalta ensiarvoisen tärkeää ja antoi huomattavasti selkeämmän kuvan tutkittavasta aiheesta kuin monivalintakysymykset. Avoimet kysymykset tuovat asiat esille juuri niin kuin ne todellisuudessa ovat. Perinteinen ”kyllä” tai ”ei”-kysymys ei anna vastaajalle yhtään pelivaraa, mikäli oikea vastaus onkin jotain näiden kahden väliltä. Muutamien kysymysten kohdalla oli annettu valmiita vastausvaihtoehtoja, mutta vastaustaan pystyi halutessaan tarkentamaan myös vapaaseen tekstikenttään. Muutamissa kysymyksissä oli keskitytty muusta tutkimuksesta poiketen tilastollisten faktojen esiin kaivamiseen ja tämä näkyi vahvasti myös tulosten analysointivaiheessa.

Avoin kysymys on oikein ymmärrettynä informatiivisin kysymysmuoto. Nykypäivän yritys-elämässä on saavuttu siihen pisteeseen, että elämme informaatiotulvan aika-

kautta, ja erilaiset kyselyt sekä tutkimukset alkavat olla jokaisen yrityksen sähköpostissa arkipäiväisiä vierailijoita. Tästä syystä monet ovat luoneet itselleen suodattimen, jonka läpi on jollain keinolla oma tutkimus vain saatava läpi. ”Vaikka tutkimuksen aihe on tärkein vastaamiseen vaikuttava seikka, voidaan myös lomakkeen laadinnalla ja kysymysten tarkalla suunnittelulla tehostaa tutkimuksen onnistumista”. (Hirsjärvi ym. 2009, 198.)

Tutkimuksen kysymysten muotoiluun ja selkeyteen oli kiinnitetty erityistä huomiota ja pyritty pitämään kysymysten määrä mahdollisimman maltillisena. Lisäksi tutkittavia yrityksiä lähestyttäessä oli kyselylomakkeeseen liitetty saatekirje (LIITE 2), jossa oli perusteltuna tutkimuksen tarpeellisuus, hyödynnettävyys sekä tutkijan että tilaajan yhteystiedot mahdollisia yhteydenottoja varten. Saatekirjeessä oli myös tietoa itse tutkimuksen toteutuksesta ja luottamuksellisuudesta.

3.3 Tutkimusaineiston keruu

Tutkimusaineiston keruusta sovimme yhdessä tilaajan kanssa marraskuussa 2014, jolloin tutkimuksen ajankohdaksi sovimme kevään 2015. Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi valikoitui lopulta kyselylomake, kun yritysten suunnalta ei puhelinhaastatteluille annettu vihreää valoa. Kyselylomakkeeseen yrityksillä oli mahdollisuus vastata täyttämällä sähköinen e-lomake tai vastata suoraan kysymyksiin sähköpostin välityksellä.

Tutkimusaineiston keruumenetelmän valintaan vaikutti myös keskeisesti tutkijan omat rajoittavat tekijät ja resurssit. Suurin tekijä oli ajalliset resurssit, joiden puitteissa ei ollut mahdollista lähteä toteuttamaan ”face to face”- haastatteluita. Toinen keskeinen valintaan vaikuttanut tekijä oli se, että vastauksia haluttiin kuitenkin saada sen verran, että vastausten pohjalta olisi mahdollista luoda myös jonkin asteisia tilastollisia faktoja, joten haastatteluiden tuottama työmäärä koettiin liian suureksi ajatellen työn mitakaavaa.

Kyselylomakkeen sisältö ja kysymysten asettelu sekä ymmärrettävyys testattiin ensin muutamilla esikyselyillä, joilla varmistuttiin kysymysten ymmärrettävyydestä ja siitä, että niiden tuottamat vastaukset asettuisivat valikoituun tutkimusaiheeseen. Esitestauksella voidaan varmistua kyselylomakkeen toimivuudesta ja kysymysten ymmärrettävyydestä. Esitestauksen kautta voidaan tehdä myös johtopäätöksiä siitä kuinka kauan kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa. (Hirsjärvi ym. 2009, 204). Esitestauksen sekä opinnäytetyöstä vastaavan ohjaajan kanssa käytyjen keskustelujen jälkeen lomakkeen kysymyksiä muokattiin hieman lähemmäs tutkimuksen keskeistä sisältöä eli yritysten virkistystoiminnan ja yritysvierailujen järjestämiseen käytettäviä palveluita sekä niiden teoreettista viitekehystä.

Aineiston keruu voidaan toteuttaa kyselyn muodossa kahdella päätävällä, joista ensimmäinen on posti- tai verkkokysely ja toinen huomattavasti aktiivisempi sekä aikaa vievämpi, mutta toisaalta varmempi tapa saada vastauksia on kontrolloitu kysely, jossa tutkija henkilökohtaisesti jakaa kyselyt asianomaisille tai käy jälkikäteen yhdessä vastaajien kanssa läpi tutkimuskysymyksiä. (Hirsjärvi ym. 2009, 196 – 197.)

Tässä opinnäytetyössä käytettiin aineiston keruuseen verkkokyselyä, joka lähetettiin yrityksiin tarvittaessa useamman kerran muistutuksena, jotta vastausprosenttia saataisiin kasvatettua. Tämän lisäksi olin yhteydessä useampaan yritykseen puhelimitse ja tiedustelin halukkuutta osallistua kyseiseen tutkimukseen. Verkkokyselyn valintaa tuki aineiston vaivaton saanti sekä nopeus. Verkkokyselyissä vastausprosentti liikkuu yleensä parhaimmillaan noin 30- 40 % rajamailla (Hirsjärvi ym. 2009, 196), riippuen hieman tutkittavasta aiheesta, joten kyselyn toistamisen merkitys kasvoi pienen otannan vuoksi entisestään.

Vastaamiseen annettiin aikaa yrityksille 17 päivää. Lisäksi joihinkin yrityksiin tehtiin taustatutkimusta jonkin verran, ketkä yrityksissä vastaavat kyseisistä yritystapahtumien järjestelyistä ja kysely suunnattiin suoraan heille. Muutamista yrityksistä sain lisäksi vinkkejä kehen yrityksen toimihenkilöön kannattaisi olla yhteydessä.

3.4 Tutkimusaineiston käsittely ja analysointi

Kerätyn aineiston analyysi, tulkinta ja niistä vedettävät johtopäätökset ovat tutkimuksen ydinprosesseja ja niihin tähdätään tutkimuksen alusta lähtien. Analyysivaiheessa tutkijalle viimeistään selviää, minkälaisia vastauksia saadaan tutkimusongelmiin, ja miten tutkimusongelmat olisi oikeastaan pitänyt asetella. (Hirsjärvi ym. 2009, 221-222.)

Tutkimusaineiston käsittelyssä käydään läpi kolme selkeää vaihetta: tietojen tarkistus, tietojen täydentäminen ja aineiston järjestäminen. Siinä tarkistetaan ensin tietojen paikkaansa pitävyys, jonka jälkeen tehdään päätöksiä tarvitaanko aineiston tueksi lisää vastauksia ja viimeisenä toimenpiteenä järjestellään saatu informaatio valitun tutkimusmenetelmän mukaan. (Hirsjärvi ym. 2009, 221- 222.)

Opinnäytetyöni aineiston suhteen edettiin pitkälti kvalitatiivisten periaatteiden mukaan, mutta tutkimustuloksista oli suhteellisen pienestä otannasta huolimatta havaittavissa selkeä yhteneväinen linja yritysten välillä, joten tutkimuksen tuloksia analysoidessa otettiin asioiden esittämisen tueksi yksinkertaisia kaavioita (kvantitatiivinen tutkimus). Yrityksiltä saadut vastaukset olivat pääsääntöisesti hyvin lyhyitä ja ytimekkäitä, mutta niistä kävivät silti ilmi palveluiden ja käytäntöjen keskeisimmät sisällöt, mitkä olivat opinnäytetyön lähtökohdissa määritelty olennaisimmiksi tutkimuskohteiksi.

Vastauksia käytiin läpi sitä mukaan, kun e-lomakkeeseen saatiin vastauksia ja aineistosta koostettiin yhtenäistä kokonaisuutta ja haettiin yhtäläisyyksiä yritysten käytäntöjen välillä. Lopulliset tulokset esitellään tiivistämällä tutkimusongelmien tärkeimpiä havaintoja, ja esittämällä näiden tueksi yksinkertaisia taulukoita yritysten toimintaperiaatteista.

4 TYÖHYVINVOINNIN NÄKÖKULMIA

Opinnäytetyöni tutkimuksessa keskeisenä teesinä on yritysten työhyvinvoinnin virkistystoiminta sekä virkistyspäivien järjestämiseen käytettävät palvelut. Tästä johtuen on syytä tuoda esille työhyvinvoinnin peruseriaatteita, virkistystoimintaa sekä edellä mainittujen toimintojen kautta saavutettavia kilpailuetuja teoreettisten näkökulmien kautta, jotta varsinaisen käytännön tutkimuksen tuloksia on helpompi hahmottaa ja ymmärtää yritysten erilaisia ratkaisumalleja sekä niihin vaikuttavia tekijöitä.

4.1 Työhyvinvoinnin osa-alueet

Työhyvinvointi (TYHY) ja työkykyä ylläpitävä toiminta (TYKY) sekoitetaan monesti toisiinsa. Molemmat termit kulkevat osittain käsi kädessä ja tukevat toisiaan, muodostaen yhdessä työntekijän hyvinvoinnin kannalta välttämättömän kokonaisuuden.

Työkykyä ylläpitävä toiminta on yksi työhyvinvoinnin edistämisen keskeisiä osa-alueita, mutta TYKY-toiminta ei itsessään takaa yksilön työhyvinvointia. Työhyvinvoinnin edistäminen eli TYHY-toiminta on laaja-alaista, eri alueille ulottuvaa kehittämistoimintaa, jolla on selkeä yhteys organisaatioiden taloudelliseen menestykseen. Laaja-alainen TYKY-toiminta sisältää työympäristöön, työyhteisöön ja työntekijöihin kohdistuvia toimenpiteitä, joiden avulla edistetään työkykyä, terveyttä, osaamista hyvinvointia sekä työn tuottavuutta ja laatutekijöitä. Nykyään kokonaisvaltaista TYKY-toimintaakin kutsutaan yhä enenevässä määrin työhyvinvoinnin edistämistoiminnaksi (TYHY) (Rauramo 2008, 24) Laaja-alainenkaan yksilön työkyky ei kuitenkaan sellaisenaan takaa työhyvinvointia, joten työhyvinvointi käsitteenä ulottuu huomattavasti syvemmälle kuin TYKY-toiminta. (Kehusmaa 2011, 27)

Työhyvinvoinnin käsitteestä puhuttaessa kokonaisvaltaisimman kuvan aiheesta tarjoaa mielestäni Tampereen yliopiston professorin Marja-Liisa Mankan malli työhyvinvoinnin tekijöistä (Kuvio 1). Siinä työhyvinvoinnin käsitettä kuvataan monesta eri näkökulmasta ja kokonaisuus on jaettu viiteen eri osa-alueeseen, jotka yhdessä muodostavat yksilön työhyvinvoinnin periaatteet. Tämän laaja-alaisen työhyvinvoinnin

mallin mukaan työorganisaatiossa, työn organisoimisessa, esimiestoiminnassa tai ryhmän toiminnassa heränneet kehittämistarpeet käynnistävät pyrkimyksen työhyvinvointiin ja johtavat oppimiseen.



Kuvio 1. Työhyvinvoinnin tekijät- malli (Manka 2010)

Kuvaajassa kaiken keskipisteenä on yksilö eli työntekijä itse. Yksilön omilla vapaa-ajan valinnoilla on suuri merkitys myös työhyvinvointiin ja työssä jaksamiseen. “Yksilö/Minä itse”- kategoriaan kuuluvat keskeisesti työntekijän omat valinnat elämänhallintaan, kasvumotivaatioon, terveyteen ja fyysiseen kuntoon liittyen eli kaikki ne tekijät miten työntekijä omaa elämäänsä rakentaa ja minkälaisia voimavaroja yksityiselämästä on ammennettavissa työhyvinvoinnin edistämiseksi.

Yksilön alapuolella kaaviossa on “Työ”, johon on sisällytetty niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat yksilön motivaatioon, arvostuksen tunteeseen sekä näkemykseen työn tarjoa-

masta haasteesta ja mielekkyydestä. Nämä tekijät ovat muun muassa yksilön vaikuttamismahdollisuudet, kannustearvo (=oppiminen) sekä erilaiset ulkoiset palkkiot, jotka lähtevät liikkeelle työnkuvasta.

Kolmantena tekijänä on työn mielekkyyteen vahvasti vaikuttava työporukan “Työyhteisö/Ryhmähenki”, johon kuuluvat avoin vuorovaikutus sekä ryhmän kemia eli toimivuus.

Neljäs näkökulma hyvinvoinnin kokonaisvaltaisuuteen on “Organisaatio”. Työympäristön soveltuvuus, selkeät tavoitteet, organisaation jatkuva kehitys ja yrityksen joustava rakenne ovat ominaisuuksia, jotka vaikuttavat yksilön työhyvinvoinnin edistämiseen.

Viimeinen linkki kaaviossa on “Johtaminen/Esimies”, jonka tulisi olla perillä organisaationsa koko toimikentästä. Laadukas johtaminen on monen yrityksen menestyksen kulminaatiopisteitä, ja työntekijöiden viihtymisen perusmittareita. Kannustava, joustava ja toimintaan osallistuva johtaja osaltaan edesauttaa yrityksen työntekijöiden hyvinvointia, motivoituneisuutta ja työssä jaksamista.

Työnantajilla ja työntekijäjärjestöillä on hieman poikkeavat näkemykset työhyvinvoinnin painotusalueista, mutta molemmat osapuolet ovat harvinaisen yksimielisiä korkealaatuisen työhyvinvoinnin edistämisen tärkeydestä yrityksille. Työnantajilla painaa useimmiten vaakakupissa tuottavuus, talous, johtaminen ja yrityksen kokonaistilanne, kun taas työntekijät puolesta puhuvat yksilön hyvinvoinnin edistämisen puolesta. Työhyvinvoinnin kenttä on kokonaisuudessaan melko laaja, mutta Elinkeinoelämän Keskusliitto tiivistää työhyvinvoinnin pitävän sisällään seuraavia osatekijöitä. (Kehusmaa 2011, 22.)

- Hyvä johtaminen
- Ikäjohtaminen
- Palkitseminen
- Osaamisen kehittäminen
- Vastuullinen yritystoiminta

- Työajat
- Työn ja perheen yhteensovittaminen
- Tasa-arvo
- Työkyky ja työterveys
- Työturvallisuus

Kyseisestä listasta voidaan havaita opinnäytetyöni tutkimusalueen olevan edellä mainittuun työhyvinvoinnin toimintakenttään nähden melko kapea-alainen. Tutkimuksessa keskitytään lähinnä työkykyyn, työterveyteen sekä palkitsemiseen liittyviin tekijöihin yrityksissä ja näissäkin osatekijöissä tutkimuksen suuntaaminen ulottuu vain pieneen osaan kyseisiä työhyvinvoinnin elementtejä.

Työhyvinvoinnin toteutumisen arvioinnissa yksilön tasolla voidaan käyttää menetelmänä Maslowin tarvehierarkian pohjalta muodostettua porrasmallia, joita kutsutaan ”Työhyvinvoinnin portaiksi” (Taulukko 1).

<p>5. ITSENSÄ TOTEUTTAMISEN TARVE:</p> <p>Organisaatio: Osaamisen hallinta, mielekäs työ, luovuus ja vapaus.</p> <p>Työntekijä: Oman työn hallinta ja osaamisen ylläpito.</p> <p>Arviointi: Kehityskeskustelut, osaamisprofiilit, innovaatiot, tieteelliset ja taiteelliset tuotokset.</p>	<p>Oppiva organisaatio, omien edellytysten täysipainoinen hyödyntäminen, uuden tiedon tuottaminen, esteettiset elämykset.</p>
<p>4. ARVOSTUKSEN TARVE:</p> <p>Organisaatio: Arvot, toiminta ja talous, palkitseminen, palaute, kehityskeskustelut.</p> <p>Työntekijä: Aktiivinen rooli organisaation toiminnassa ja kehittämisessä.</p> <p>Arviointi: Työtyytyväisyyskyselyt, taloudelliset ja toiminnalliset tulokset.</p>	<p>Eettisesti kestävät arvot, hyvinvointia ja tuottavuutta tukeva missio, visio, strategia, oikeudenmukainen palkka ja palkitseminen, toiminnan arviointi ja kehittäminen.</p>
<p>3. LIITTYMISEN TARVE:</p> <p>Organisaatio: Työyhteisö, johtaminen, verkostot.</p> <p>Työntekijä: Joustavuus, erilaisuuden hyväksyminen, kehitysmönteisyys.</p> <p>Arviointi: Työtyytyväisyys-, työilmapiiri- ja työyhteisön toimivuuskyselyt.</p>	<p>Yhteishenkeä tukevat toimet, tuloista ja henkilöstöstä huolehtiminen, ulkoinen ja sisäinen yhteistyö.</p>

2. TURVALLISUUDEN TARVE: Organisaatio: Työsuhde, työolot. Työntekijä: Turvalliset, ergonomiset ja sujuvat työ- ja toimintatavat. Arviointi: Tilastot, riskit, työpaikkaselvitys.	Työn pysyvyys, riittävä toimeentulo, turvallinen työ ja työympäristö sekä oikeudenmukainen, tasa-arvoinen ja yhdenvertainen työyhteisö.
1. PSYKO-FYSIOLOGISET PERUSTARPEET Organisaatio: Työkuormitus, työpaikkaruokailu, työterveyshuolto. Työntekijä: Terveelliset elintavat. Arviointi: Kyselyt, terveystarkastukset, fyysisen kunnon mittaukset.	Tekijänsä mittainen työ, joka mahdollistaa virikkeisen vapaa-ajan, riittävä ja laadukas ravinto ja liikunta, sairauksien ehkäisy ja hoito.

Taulukko 1. Työhyvinvoinnin portaat- viisi vaikuttavaa askelta (Rauramo 2008, 27)

Kyseinen malli tiivistää kokonaisvaltaiseen työhyvinvointiin vaadittavat yksilön tarpeet sekä niiden toteutumisen edellyttävät toimenpiteet niin yksilön kuin organisaation näkökulmasta katsottuna. Malli on mielestäni erinomainen malli yrityksen työhyvinvoinnin edistämisen suunnittelun pohjaksi. Kyseisessä mallissa lähdetään kapuamaan tarvehierarkian portaita ylöspäin askel kerrallaan ja jokaisella portaalla yksilön tarpeiden ja yrityksen toimien tulisi olla balanssissa, jotta saavutettaisiin lopulta työhyvinvoinnin kannalta mahdollisimman optimaaliset olosuhteet työntekijöille. Yritys hyötyy puolestaan tuottavuuden kasvun ja imagon paranemisen myötä saavutettavien taloudellisten hyötyjen muodossa. Porrasmallin askelmista erityisesti kolmas ja neljäs tukevat suoranaisesti opinnäytetyöni tutkimuksen kontekstia ja muut askelmat puolestaan muodostavat tukevinä toimintoina yksilön työhyvinvoinnin kokonaisuuden.

Porrasmallissa ensimmäisellä askeleella käydään läpi yksilön psyko-fysiologisia perustarpeita, jotka muodostuvat enimmäkseen terveydellisistä tekijöistä. Organisaation tulisi huolehtia, että esimerkiksi työterveyshuolto sekä työpaikkaruokailun laatu vastaavat työn kuormittavuutta ja työntekijä puolestaan vaikuttaa tarpeiden toteutumista vapaa-ajallaan terveyttä edistävillä elämäntavoillaan. Erilaiset terveystarkastukset, kyselyt ja fyysisen kunnon mittaukset työpaikalla ovat työkaluja, joilla valvotaan psyko-fysiologisten tarpeiden toteutumista.

Toisella portaalla pyritään täyttämään turvallisuuteen liittyviä tekijöitä, kuten toimeentulon vakaus, työturvallisuus sekä työntekijän näkökulmasta katsottuna työ- ja toimintatapojen ergonomisuus ja turvallisuus. Työturvallisuutta pyritään parantamaan erilaisten riskikartoitusten, tilastoiden ja selvitysten kautta. Työturvallisuuden periaatteet ovatkin yrityksissä keskimäärin korkealla tasolla, johtuen osaltaan yhteiskunnan tarkasta työlainsäädännöstä, jossa työturvallisuuden edistämiseksi on laadittu tarkkoja menettelytapoja ja säädöksiä.

Porrasmallissa kolmantena tasona on ”liittymisen tarve”, joka tarkoittaa pääasiallisesti työyhteisön toimivuutta ja yksilön viihtyvyyttä työorganisaation jäsenenä. Yrityksellä on kyseisessä asiassa suuri rooli ja johtamistavalla sekä työyhteisön asioista huolehtimisella voidaan saada aikaiseksi paljon merkittäviä työhyvinvoinnin kannalta tärkeitä periaatteita. Työntekijöiden omalla toiminnalla pyritään vaikuttamaan tasa-arvon toteutumiseen työpaikalla sekä työyhteisön sisäisen kemian syntymiseen ja ylläpitämiseen. Työtyytyväisyys- ja työilmapiirikyselyt ovat jokaisessa yrityksessä tuttuja termejä ja näin tulisi jatkossakin olla, jotta voidaan varmistua jokaisen työntekijän hyvinvoinnista ja jaksamisesta työyhteisön jäsenenä.

Porrasmallin neljäntenä askelmana esitellään nimenomaan yksilön arvostuksen tarve ja se miten yrityksen koetaan arvostavan työntekijän panosta omassa roolissaan. Arvostukseen liitetään myös työntekijän näkemys yrityksen toiminnasta. Ollakseen ylpeä työstään ja kokeakseen arvostusta omasta toiminnastaan, on työntekijän oltava myös ylpeä yrityksen toiminnasta, arvoista, missioista ja etiikasta. Hyvä palaute, palkitseminen, kehityskeskustelut sekä työntekijän mahdollisuudet osallistua ja vaikuttaa yrityksen kehitykseen ovat tärkeitä edellytyksiä arvostuksen tarpeiden täyttymiselle.

Viimeisenä portaana mallissa tuodaan esille itsensä toteuttamisen tarve, minkä vaikutukset tulevat monesti ilmi työnkuvan ollessa yksitoikkoinen ja yrityksessä etenemisen ja toiminnan kehittämisen mahdollisuuksien ollessa rajalliset. Ihmiset tarvitsevat työssä jaksamisensa ja motivoitumisensa tueksi mielekästä työtä, jossa pääsee käyttämään luovuuttaan ja oppimaan uusia asioita. Virikkeetön työnkuva tarkoittaa yrityksessä jatkuvaa pätkätyöläisten virtaa ja henkilöstövuokrausfirmoille maksettavia korkeita kuluja. Suomalaiset ovat nykypäivänä muutenkin aktiivisempia vaihtamaan työpaikkaa ja hakemaan uusia koulutusuria, mikä ei sinänsä ole huono asia, mikäli se

tarkoittaa motivoituneita työntekijöitä ja laadukasta työn jälkeä. Itsensä toteuttamiseen liittyy muun muassa oman osaamisen täysipainoinen hyödyntäminen, osaamisen ylläpito ja luova työnkuva, minkä kautta syntyy mahdollisesti uusia innovaatioita ja menestystarinoita.

4.2 Virkistystoiminta

Virkistystoiminnan perimmäisenä tarkoituksena on edistää henkilöstön työhyvinvointia. Virkistystoiminnalla on tärkeä rooli ja paikka osana työhyvinvoinnin kokonaisuutta. Yrityksissä, joissa työhyvinvointi nähdään suurena kokonaisuutena ja jokaiseen osa-alueeseen panostetaan, on myös virkistystoiminnan järjestäminen kannattavaa. (Ojala & Ahonen 2005, 23; Kehusmaa 2011, 11.)

Virkistystoiminta osana työhyvinvoinnin edistämistä on omana osa-alueenaan suhteellisen tuore käsite, eikä siitä ole vielä olemassa täysin kokonaisvaltaista teoreettista tai tilastollista pohjaa, mutta voidaan todeta, että jokaisessa yrityksessä, jossa panostetaan työntekijöiden kokonaisvaltaiseen työhyvinvointiin ja työkyvyn ylläpitämiseen, tulisi virkistystoiminnan tukea osaltaan työhyvinvoinnin muita osa-alueita.

Yritysten virkistystoiminnasta puhuttaessa, monet mieltävät sen pitävän sisällään lähinnä erilaisia vapaa-ajan liikunta- ja kulttuuripalveluita, mutta yritykset ovat alkaneet yhä enenevässä määrin järjestää henkilöstölleen myös vuosittain toistuvia virkistyspäiviä- ja tapahtumia, joilla on tarkoitus nostattaa ryhmähenkeä, motivoida työntekijöitä sekä huolehtia heidän fyysisestä ja henkisestä hyvinvoinnistaan.

Virkistystoiminnasta saatavat hyödyt alkavat valjeta yrityksille ja virkistystoimintaan panostetaan organisaatioissa yhä enemmän. Tätä faktaa tukevat myös tilastokeskuksen raportista ”Työvoimakustannusten rakenne työmarkkinasektorin mukaan vuonna 2012 (osuus työvoimakustannuksista, %)” (Tilastokeskus 2012), jossa luontoisetujen määrä työvoimakustannuksista on teollisuusosalalla (suurin työllistäjä tutkimusalueellani) on vuonna 2012 ollut 1,12 %. Luontoisetujen, kuten virkistystoiminta käyrä on jatkuvasti nousussa. Vuonna 2008 kyseinen lukema oli 0,88 % ja vuonna 2004 puolestaan 0,78 %. Tilastoa on luettava toki kriittisesti, sillä luontoisedut pitävät sisällään muitakin

työsuhde-etuja, kuten auto, ruokailu, majoitus ja niin edelleen, mutta kaavio antaa kuitenkin suuntaa, siitä, että työntekijöiden työhyvinvoinnille ja palkitsemiselle annetaan enemmän arvoa ja ollaan tietoisempia sen kautta saavutettavista hyödyistä.

Virkistystoiminnan teoreettisen viitekehyksen puutetta selittää omalta osaltaan se, ettei aiheesta ole olemassa mitään yksiselitteisiä malleja mitä yrityksen virkistystoiminnan tulisi pitää sisällään tai miten virkistystoiminta pitäisi järjestää, jotta virkistystoiminta vaikuttaisi suoraan tai välillisesti myös yrityksen tuottavuuteen. Jokaisella yrityksellä on omat käytäntönsä virkistystoimintansa järjestämiseen, mutta peruseriaatteena voidaan nähdä henkilöstön profiililla, yrityksen tavoitteilla ja työnkuvalla olevan keskeinen merkitys virkistystoiminnan sisältöön.

Omaan työhistoriaani raskaan teollisuuden yrityksissä (Purso Oy, Nokian Renkaat) sekä palvelualojen yrityksissä (Särkänniemi Oy, Visit Tampere) on mahtunut monenlaisia työporukoita, ja keskimäärin voisin sanoa miesvaltaisilla työryhmillä olevan lähtökohtaisesti hieman erilaiset arvot ja kiinnostuksen kohteet kuin naisvaltaisilla työporukoilla. Nämä ovat toki yksittäistapauksia, mutta välillä stereotypioissa piilee totuuden siemen. Yrityksen henkilöstön profiililla on siis usein merkittävä rooli yrityksen virkistyspäivien toteutuksessa. Yrityksen asettamat tavoitteet virkistystoiminnan suhteen säätelevät myös pitkälti tämän sisältöä. Halutaanko virkistystoiminnalla turvata työntekijöiden fyysisen ja henkisen hyvinvoinnin perustarpeita järjestämällä heille kattavaa vapaa-ajan virkistystoimintaa vai halutaanko lisäksi heille tarjota jotain lisäpalveluita ja ainutlaatuisia kokemuksia, jotka mahdollisesti vaikuttavat positiivisesti työryhmän kemiaan, työntekijöiden uskollisuuteen työnantajaa kohtaan tai esimerkiksi tuo selvästi lisäarvoa työntekijöiden motivoituneisuuden kautta.

Työn fyysisellä ja henkisellä kuormittavuudella on myös osaltaan hyvin merkittävä rooli virkistystoiminnan suunnittelun pohjana. Virkistyspalveluiden pitää olla mitoitettu oikein huomioiden työn vaatimukset. Virkistyspäivien ohjelmassa tämä näkyy esimerkiksi siten, että raskaassa teollisuudessa työskentelevät henkilöt haluaisivat virkistyspäivien ohjelmakseen rentoutumiseen liittyviä palveluita, kuten perinteinen saunailta ruokailuineen. Toimistotyössä arkensa viettävät työporukat puolestaan hakevat monesti virkistyspäivilleen ohjelmallisempaa ja liikunnallisempaa aktiviteettia, kuten erilaisia liikunnallista rastiohjelmaa, joiden tukena voidaan tehdä erilaisia terveyteen

liittyviä mittauksia. Nämä havainnot pohjautuvat lähinnä omaan työhistoriaani eri toimialoilla sekä ryhmämatkailijoiden ja organisaatioiden virkistyspäiville suunnittelemini paketteihin Visit Tampereen palveluksessa.

Erilaiset TYKY-tapahtumat voidaan myös nähdä yhtenä osakokonaisuutena yrityksen virkistystoiminnassa, mutta monesti virkistys- ja TYKY-päivät ovat yrityksissä liitetynä saman budjetin ja ohjelmallisuuksien alle, joten liitetään ne myös tässä yhteydessä saman kategorian yhteyteen ja katsotaan asiayhteys käsitelleeksi edellä.

4.3 Työhyvinvointi yritysten kilpailuetuna

Työhyvinvoinnin kautta saavutettavien taloudellisten hyötyjen sekä yrityksen kilpailukykyyn vaikuttavien hyötytekijöiden esiintuominen tässä yhteydessä on opinnäytetyön kokonaisuuden kannalta tärkeää, sillä nämä kyseiset tekijät linkittyvät mielestäni äärimmäisen olennaisesti opinnäytetyöni konkreettiseen tutkimuskehykseen. Kuten aikaisemmissa kappaleissa esitellään, tutkimukseni tavoitteena on tarjota tietopohjaa yrityksille suunnattujen työhyvinvoinnin virkistyspalveluiden kehittämiseksi, ja tämän kautta edesauttaa tulevaisuudessa yritysten työhyvinvoinnin edistämistä. Työhyvinvoinnilla on puolestaan mahdollisuus parantaa yrityksen tuottavuutta ja näin ollen edistää epäsuorasti alueellista taloudellista hyvinvointia ja vakautta, mikä nähdään alueellisten kehityshankkeiden yhtenä tulevaisuuden tavoitteena.

Yritykset suuntaavat yhä enemmän varoja työhyvinvointinsa edistämiseen, sillä yrityksen tuottavuudella ja henkilöstön korkealla työhyvinvointi-indeksillä on havaittu olevan perusteltu yhteys toisiinsa. Kaikkein selkeimmin tämä yhteys tulee esille puhuttaessa Yhdysvaltojen liike-elämän työhyvinvoinnista.

Yhdysvalloissa keskimääräinen työntekijä lomailee alle kolme viikkoa vuodessa, sillä valtiossa ei ole määritelty pakollisia vuosilomia (Ylen [www-sivut 2015](#)) Tästä johtuen yhteiskunta menettää miljardeja dollareita (n.344 miljardia dollaria) vuositason työntekijöiden sairauspoissaolojen ja korkeiden terveydenhuolto kustannusten kautta. Tämä johtuu työntekijöiden heikosta työhyvinvoinnista ja jatkuvasta stressitasosta (Marketplace [www-sivut 2015](#)).

Työhyvinvoinnista voidaan puhua myös strategisena toimenpiteenä, jolloin hyvinvoinnin edistämiseksi tuetaan liiketoimintaa tai organisaation asettamia tavoitteita. Yritykset voivat tavoitella työhyvinvoinnin kautta hyvin monenlaisia etuja, jotka saatavat vaihdella myös työyhteisön sisällä eri ikäluokkiin tai ammattiryhmiin kohdistuen. Yrityksen asettama strategia ja tavoitteet myös määrittelevät pitkälti minkälaisia työhyvinvoinnin malleja organisaatiolla on käytössään. Joissain yrityksissä voidaan tavoitella esimerkiksi henkilöstön sitoutumista yritykseen ja vakaata henkilöstörakennetta, kun taas toisessa yrityksessä pyritään vähentämään raskaan työn tai heikon työturvallisuuden aikaan saamia korkeita kustannuksia sairauspoissaolojen muodossa. Strategisella hyvinvoinnilla voidaan tukea liiketoimintaa esimerkiksi seuraavien näkökulmien kautta (Taulukko 2).

Työterveys- ja turvallisuus	Työyhteisö
Sairauspoissaolojen vähentäminen tai niistä johtuvien jaksojen lyhentäminen	Työtyytyväisyyden ja työilmapiirin nostaminen
Työkyvyttömyydestä ja työtapaturmista aiheutuvien kustannusten vähentäminen	Henkilöstön vaihtuvuuden ja siitä aiheutuvien kustannusten vähentäminen
Kansansairauksista aiheutuvan työkyvyn laskun ja poissaolojen aiheuttamien kustannusten vähentäminen	
Työergonomian parantaminen, tuki- ja liikunta-elinsairauksien vähentäminen	

Taulukko 2. Strateginen työhyvinvointi. (Leskinen & Hult 2010, 86)

Työhyvinvoinnin edistäminen ja sen kautta saavutettavat kilpailukykyyn liittyvät tekijät lähtevät ennen kaikkea oikeanlaisesta johtamisesta. Työntekijöiden ja johtoportaalle asetettavat näkemyserot yrityksen eri toimintamalleista ovat lähtökohtaisesti äärimmäisen epäedullinen tilanne. Johtamistavan pitää olla linjassa yrityksen tavoitteiden ja toisaalta työntekijöiden tarpeiden kanssa, jolloin voidaan saavuttaa monenlaisia etuja.

Johtamisella osana työhyvinvointia olisi tarjota useampiakin näkökulmia aiheeseen liittyen, mutta ajattelin tuoda esille tutkimukseni kannalta olennaisen TYKY-

johtamisen ja sen kehittymisen viimeisen vuosikymmenen aikana, minkä kautta monet yritykset ovat saaneet vähennettyä sairaspöissaoloista aiheutuvia kuluja eksponentiaalisesti. Oikeanlainen johtaminen ja kokonaisuuksien hahmottaminen ovat äärimmäisen tärkeitä ominaisuuksia yrityksen TYKY-johtamisessa.

Yleisradion uutisissa on viime aikoina nostettu esille juuri johtamisen merkitys suomalaisessa yrityskulttuurissa ja myös TYKY-johtamisen kautta saavutettavista eduista julkaistiin mielestäni silmiä avaava uutinen 2.4.2015 (Ylen www-sivut 2015). Uutisen mukaan johtamistavalla on selkeä yhteys sairaspöissaolojen vähentämisen kannalta. Ennen on ajateltu sairauspöissaolojen olevan selvästi sidoksissa toimialaan, mutta saman alan eri yrityksissä on havaittu olevan valtavia eroja näiden kitkemisessä. Parhaissa yrityksissä sairauspöissaolojen määrä on noin 2 % vuoden työajasta, kun taas heikoimmissa yrityksissä jopa kymmenesosa työajasta kuluu pöissaolojen merkeissä. Syyn on esitetty johtuvan pitkälti yrityksen toimintaan kytkeytyvän ja parhaiten soveltuvan johtamismallin toteuttamisesta tai sen puutteesta. Vuodesta 2005 tullessa tähän päivään on pitkien sairasolojen määrä vähentynyt tuona aikana 16 %, mikä on taloudellisesti ajateltuna suuri kilpailuetu työpaikoilla. Johtamisen osuutta tässä muutoksessa on vaikea arvioida, mutta voidaan todeta sen olevan kuitenkin suuri.

5 YRITYSTAPAHTUMAT JA SUHDETOIMINTA

5.1 Yritystapahtumat

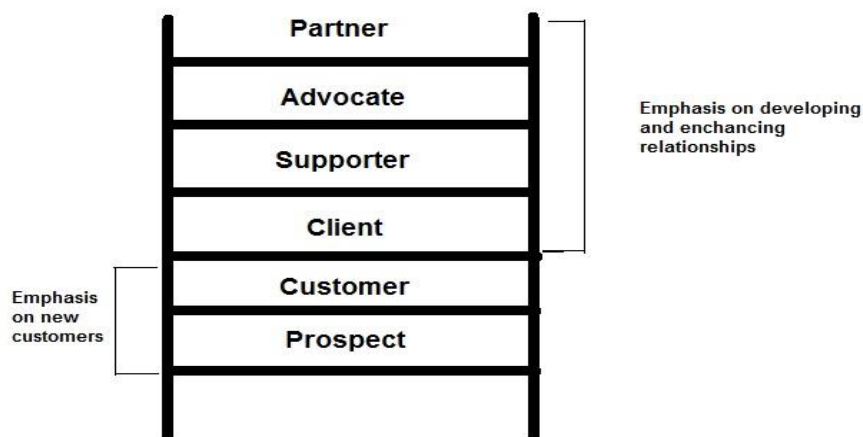
Opinnäytetyön toiseksi keskeiseksi teesiksi työhyvinvoinnin lisäksi voidaan nostaa yritystapahtumat sekä niiden suunnitteluun liittyvät toiminnot. Yritystapahtumat pitävät sisällään niin yrityksen sisäiset- kuin ulkopuoliset tapahtumat. Sisäisillä tapahtumilla tarkoitetaan yrityksen omille työntekijöille järjestettäviä tapahtumia, kuten esimerkiksi tässä työssä hyvin olennaista roolia vetävät virkistys- ja koulutuspäivät. Yrityksen ulkopuoliset tapahtumat ovat puolestaan suunnattu yrityksen yhteistyökumppaneille, asiakkaille, rahoittajille tai muille yrityksen toimintaan välillisesti osallistuville tahoille. Tapahtumien luonne ja järjestelyt vaihtelevat paljon sen mukaan, mikä on tapahtuman perimmäinen tarkoitus ja mille yhteistyötaholle tapahtuma järjestetään.

Yritystapahtumien tavoitteena voi olla yrityksen työntekijöiden sitouttaminen ja motivoiminen tai asiakassuhteiden ylläpito, myynninedistäminen, brändin ja imagon kehittäminen tai oikeastaan mikä vaan yrityksen liiketoimintaa jollain tavalla edistävä asianhaara.

Mielestäni ”yritystapahtumat” terminä on hieman harhaanjohtava, sillä se ei oikeastaan kerro mistä asiassa pohjimmiltaan on kyse. Tästä syystä olen tässä työssä ottanut käsiteltäväksi kokonaisuudeksi liike-elämässä paremmin tunnettavan termin ”Corporate hospitality”, jonka sisältöön yritystapahtumat linkittyvät olennaisesti. Kyseinen termi tarkoittaa vapaasti suomennettuna yrityksen vieraanvaraisuutta. ”Corporate hospitality” pitää sisällään paljon muitakin toimintoja kuin itse yritystapahtumat, mutta keskitytään tämän työn puitteissa juuri yrityksen ulkopuolisille tahoille järjestettävissä tapahtumissa, jotka kulkevat paremmin nimellä yritysvierailut.

Rob Davidson & Beulah Cope avaavat kirjassaan ”Business Travel” kyseisen termin (=Corporate hospitality) merkitystä yritystoiminnassa sekä termin keskeisintä sisältöä. ”Corporate hospitality” on arvokas työkalu yrityksille, jotka pyrkivät pitämään yllä ja kasvattamaan asiakassuhteitaan yrityksen keskeisimpien yhteistyötahojen kanssa. Tämän lisäksi yrityksen vieraanvaraisuudella kasvatetaan ihmisten tietoisuutta yrityksestä sekä parannetaan organisaation imagoa. ”Corporate hospitality” voi suuntautua sekä yrityksen sisäisille tahoille että organisaation ulkopuolisille toimijoille. ”Relationship management” on yrityksen toimintakentän osa-alue, jolla pyritään suunnittelemaan ja parantamaan yrityksen yhteistyöverkostoja sekä asiakassuhteiden ylläpitoa. (Davidson, R & Cope, B. 2003. 229.)

Asiakassuhteiden ylläpitäminen ja parantaminen sekä niiden saavuttamiseksi tarvittavat toiminnot (=relationship management) ovat yrityksen menestyksen kannalta ensiarvoisen tärkeitä toimintoja. Vahva asiakaspohja on yritykselle huomattavasti tuottavampaa kuin jatkuva uusien asiakkaiden haaliminen, joten asiakassuhteisiin kannattaa nähdä aikaa ja vaivaa sekä tehdä taloudellisia investointeja. Seuraavassa (Kuvio 3) on esiteltyä eräänlainen tikapuu-malli ”The ladder of loyalty” yrityksen asiakassuhteiden ylläpitämisen ja kasvattamisen prosessista.



Kuvio 3. The ladder of loyalty. (Davidson & Cope 2003, 231.)

Kyseinen kuvio kertoo kaikessa yksinkertaisuudessaan sen miten organisaation asiakassuhteiden ylläpitäminen ja parantaminen etenee. Tikapuiden jokainen askel edustaa yhtä ja samaa asiakasta, mutta tikapuiden askel kerrallaan kyseisen asiakkaan ja organisaation välistä asiakassuhdetta syvennetään. Ensimmäisellä kahdella askeleella korostetaan potentiaalisten asiakkaiden ja yrityksen valmiiden asiakkaiden suhdetoimintaan panostamista. Seuraavilla askelilla asiakassuhdetta kehitetään askel kerrallaan ja pyritään sitouttamaan kyseinen asiakas täysin yrityksen toimintaan siten, että lopulta asiakkaasta tulisi yrityksen tukija tai yhteistyökumppani.

Yritystapahtumien määrä organisaatioissa on kasvanut jatkuvasti, erityisesti viimeisen kahden vuosikymmenen ajan. Nykyään yrityksissä järjestetään muun muassa kannustamatkoja, erilaisia ”team-building” eli työporukan yhteishenkeä kasvattavia tapahtumia, kuten virkistys- ja tyky-päiviä, joiden lisäksi erilaiset tavoitteelliset yritysvierailut ovat organisaatioissa arkipäivää.

Yritystapahtumien ympärille kasvaneen palvelukentän jatkuva laajeneminen selittyy räjähdysmäisesti kiristyvällä kilpailutilanteella, jossa uskollisten asiakkaiden merkitys korostuu entisestään ja heistä pyritään pitämään kiinni kynsin ja hampain. Yritysten

vieraanvaraisuutta tukevien palveluiden kehittyminen ja kasvava tarjonta on myös johtanut tilanteeseen, jossa vanhan sanonnan mukaan tarjonta lisää kysyntää. Tietotekniikan kehittyminen on osaltaan johtanut siihen, että asiakaskontaktit tapahtuvat nykyään pitkälti virtuaalisesti, minkä vuoksi yritysten ja asiakkaiden välille on syntynyt eräänlainen kommunikaation kuilu. Yritykset ovat ymmärtäneet kasvotusten tapahtuvien neuvotteluiden tärkeyden ja haluavat näin ollen rakentaa sillan tämän syntyneen kuilun yli ja tulla jälleen lähemmäksi asiakkaitaan. (Davidson ym. 2003, 241- 243.)

Yritystapahtumien luonne on myös hieman muuttunut viimeisten vuosien aikana, sillä suurien ja mahtipontisten tapahtumien sijaan yritykset suosivat pienimuotoisempia, mutta huomattavasti intiimimpiä tapahtumia, jossa yrityksen ja asiakkaiden välille on helpompi luoda tunnesiteitä (Davidson ym. 2003, 243). Tämä kyseinen havainto tul- laan huomaamaan myös opinnäytetyön tutkimuksen tulosten parissa, tarkasteltaessa yritysvierailujen ohjelmallisuuksia.

Yritystapahtumien järjestämisen mukanaan tuomat taloudelliset hyödyt verrattuna niiden menoihin oli ajatuksen tasolla itselleni yksi teoreettisen viitekehitykseni mielenkiintoisimmista asioista. Teoreettinen pohja tuki omia ennakkokäsityksiäni aiheesta, sillä yritystapahtumien järjestämisen taloudellisia hyötyjä on äärimmäisen vaikea arvioida, erityisesti lyhyen ajan vaikutusten perusteella. Yrityksen toiminnassa pidemmän aikavälin tutkimuksistakin on hyvin vaikea eritellä mitkä tekijät ovat olleet lopulta ne myynninedistämiseen vahvimmin vaikuttaneet tekijät. ”Corporate hospitality” on yrityksen markkinoinnin kanavista se kaikkein vähiten tieteellinen ja sen kannattavuudesta ei voida olla täysin sata prosenttisen varmoja (Davidson ym. 2003, 243- 244). Tästä huolimatta yritykset kokevat taloudellisten panostusten tuovan rahoille vastinetta parantuneiden asiakassuhteiden ja imagon muodossa.

5.2 Yritysvierailuiden järjestäminen

”Yritysvierailun tarkoituksena on esitellä yrityksen toimintaa, tuotteita ja henkilökuntaa jonkin sidosryhmän edustajille. Eri yhteisöjen edustajia voidaan kutsua, tai he voivat itse esittää toivomuksen päästä yritysvierailulle.” (Krabbe 2004, 51.)

Yritystapahtumien järjestäminen muodostaa opinnäytetyön tutkimuskentässä virkistystoiminnan ohella toisen merkittävän osakokonaisuuden ja tästä syystä näitä asioita on syytä tuoda esille myös teoreettisesta näkökulmasta. Yritystapahtumat kuuluvat matkailualan yhden keskeisen toimialueen eli tapahtumatuotannon piiriin. Tässä osiossa keskitymme tiukasti yritysvierailuiden järjestämisen periaatteisiin ja niihin toimintoihin, joilla rakennetaan onnistunut tapahtuma yrityksen yritysvieraille.

Yritysvierailuiden järjestäminen on kokonaisuudessaan pitkä ja paljon työtä vaativa prosessi. Tapahtuman järjestämiseen vaikuttaa pitkälti minkä luonteinen vierailu on kyseessä. Yritysvierailuiden järjestämisen suunnittelu aloitetaan jo kauan ennen varsinaista ajankohtaa, ja siinä pitää huomioida myös monenlaisia ohjelman ulkopuolisia asioita, kuten kulttuurierot, toimihenkilöiden välinen protokolla, etikettitoiminta ja laaja kattaus muita asiakokonaisuuksia. Tapahtuman järjestämiseen kuuluu olennaisesti myös monenlaiset viestinnälliset toiminnot, mutta pidättäydytään tässä kappaleessa tiukasti tutkimuksen tuloksissa nousseisiin teeseihin.

Opinnäytetyön tutkimuksessa havaittiin kaikkien kyselyyn vastanneiden yritysten noudattavan samanlaisia käytäntöjä yrityksen vieraille järjestettävän ohjelman suhteen. Tutkimuksessa havaittiin yritysvierailuissa olevan ensin niin sanottu virallinen osuus eli yritysesittely, jonka jälkeen ohjelmaa jatketaan tarjoiluiden tai pidemmän kaavan ruokailuiden muodossa. Käydään yritysvierailuiden järjestäminen siis näiden osa-alueiden kautta tiivistettynä olennaisimpiin tekijöihin onnistuneen tapahtuman aikaansaamiseksi. Majoituspalvelut, kuljetukset, vapaa-ajan ohjelma ja muut yritysvierailuiden peruselementit jääköön tässä yhteydessä vain ajatuksen tasolle.

Yritysvierailuiden suunnittelussa on huomioitava paljon asioita ja onnistuneen tapahtuman suunnittelun avuksi on luotu valtava kattaus erilaisia yksityiskohtaisia etenimissuunnitelmia, mutta mielestäni olennaisimmat tekijät onnistuneen yritysvierailutapahtuman aikaansaamiseksi on selkeästi tiivistettynä jo aikaisemmin esitellyssä Davinonin & Copen ”Business Travel”- kirjassa. Yksityiskohtaisemman tapahtuman osa-alueiden suunnittelun tulisi perustua näihin kyseisiin tekijöihin. Tässä teorialmallissa onnistuneen yritysvierailun järjestäminen on kiteytetty kahdeksaan tekijään: (Davidson ym. 2003, 239.)

- Varmista, että tapahtuman kannalta tärkeimmät vieraat (kohderyhmä) osallistuvat
- Muodosta tapahtumalle hyvä sekoitus erilaisia ihmisiä (=kemia) yrityksen henkilöstöstä ja yritysvieraista
- Etsi soveltuvin juhlapaikka tapahtumalle
- Hyvä organisaatio
- Tarjoa korkealaatuista tarjoilua ja palvelua
- Tarjoa vieraille hauskanpitoa ja ohjelmaa
- Luo ainutlaatuinen, hienostunut, mielenkiintoinen ja ikimuistoinen tapahtuma
- Löydä oikea tapahtuma oikeille ihmisille

Edellä mainituissa ohjeissa tiivistyy mielestäni yritysvierailuiden järjestämisen ydinajatuksat asiakaslähtöisestä tapahtumanjärjestämisestä, elämyksellisyydestä sekä oikeanlaisen tunnelman ja ilmapiirin luomisesta. Nämä tekijät ovat mielestäni merkittävässä roolissa, kun puhutaan yritysvierailulle asetetuista yrityksen tavoitteista. Näillä asioilla pystytään rakentamaan asiakassuhteita, luomaan uusia kontakteja, tuomaan esille yrityksen vetovoimaisuutta tai minkä yritys ikinä näkeekään tapahtuman päättävöitteena. Itsessään nämä ohjeet ovat melko pintapuolisia, mutta antavat selkeän pohjan, jonka pohjalta on hyvä lähteä rakentamaan tapahtuman yksityiskohtaisempia suunnitelmia.

Yritysvierailun järjestämisessä tärkein lähtökohta on se, että tapahtuma on asiakkaiden näköinen ja vastaa heidän kiinnostuksen kohteitaan ja mahdollisia tarpeitaan. Katriina Krabbe painottaa kirjassaan ”Suhdetoiminnan Käsikirja” taustaselvityksen merkitystä onnistuneen yritysvierailutapahtuman luomisessa. Osallistuvien vieraiden luonteesta, kiinnostuksen kohteista, roolistaan yrityksessä sekä uskonnollisista ja kulttuurillisista tavoista tulisi olla etukäteen mahdollisimman hyvin selvillä, jotta itse tapahtuman aikana välttyttäisiin ikäviltä yllätyksiltä. (Krabbe 2004, 65- 66.)

Ohjelman suhteen erityisen tärkeä asia huomioitavaksi on yksityiskohtaisen ja perusteellisen vierailuohjelman kirjoittaminen. ”Mitä yksityiskohtaisemmin ohjelma on kirjoitettu, sen helpommin vierailu käytännössä sujuu” kiteyttää Krabbe vierailu ohjel-

man merkityksen. Yksityiskohtainen vierailuohjelma käytännön järjestelyiden ohjeineen tuo vieraille turvallisuuden ja välittämisen tunteen sekä helpottaa heidän vierailunsa muita järjestelyitä. Järjestävälle yritykselle sekä mahdollisille ulkopuolisille palveluntuottajille vierailuohjelma toimii niin ikään selkeänä etenemissuunnitelmana, tehtävänjakona ja ohjeena esimerkiksi ongelmatilanteiden varalle. Ohjelmarungon tulisi olla yksityiskohtaisuuden lisäksi mahdollisimman selkeä ja helposti luettava. (Krabbe 2004, 66- 68.)

Tutkimustuloksissa kävi selvästi ilmi, että yritysesittely kuului jokaisen tutkimukseen osallistuneen yrityksen toimintaperiaatteisiin yritysvierailuidensa ohjelmallisuuksien suhteen. Tällä niin sanotulla yritysvierailun ”virallisella” osuudella pyritään esittelemään oman yrityksen toimintaa tavalla tai toisella. Useimmiten yritysesittely on melko pelkistetty osuus, jossa käydään mahdollisesti läpi hieman yrityksen historiaa ja perustietoja sekä esitellään valmistettavia tuotteita. Mikäli yritysvieraat edustavat alan eri asiantuntijoita, ja ovat tulleet selvästi tutustumaan yrityksen toimintaan, esitellään tällöin yrityksen toimintaa huomattavasti kattavammin ja yksityiskohtaisemmin, palvelen vieraiden henkilökohtaisia intressejä. Tällöin esittelijänä toimii usein myös yrityksestä tarkoin kyseiseen toimintoon erikoistunut asiantuntija, jolla on mahdollisuus vastata vieraiden kysymyksiin vakuuttavasti. (Krabbe 2004, 68.)

Yritysvieraat ovat monesti varsin tottuneita erilaisiin edustusmenuihin, joten tarjotuissa uudet ideat ovat aina tervetulleita. Sesongin mukaiset ja puhtaat kotimaiset raaka-aineet ovat monesti menestyksen avaimia ja näitä tulisi suosia menukokonaisuutta suunnitellessa. Liiallisuuksiin ei kuitenkaan ruokakulttuurin esiintuomisessa saisi mennä sillä liika eksotiikka tuo mukanaan ongelmia. (Krabbe 2004, 68- 70.)

Viikinkiravintola Haraldin (Tampere) ravintolapäällikkö Pasi Lepistö kertoi esittelytilaisuudessa Vist Tampereen henkilökunnalle kansainvälisten vieraiden toivoneen monesti yritysvierailuidensa menukokonaisuuden osaksi tervajäätelöä ja hapansilakkaa, mutta maistaessaan näitä suomalaisia herkkuja on jäänyt annos lähes poikkeuksetta syömättä. Tästä syystä tervajäätelö tuodaan kaikille ilmaisena maistatusannoksena, mutta ei oteta osaksi menukokonaisuuksia. Tämä on vain yksittäistapaus, mutta kertoo siitä, että kannattaa kuitenkin miettiä kultaista keskitietä tuodessaan paikallista ruokakulttuuria osaksi yritysvierailuiden ohjelmakokonaisuutta. Erilaiset yritysvieraiden

ruoka-aineallergiat on myös ehdottomasti selvitettävä ennen menukokonaisuuden laatimista.

6 TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI

Kysely lähetettiin kaiken kaikkiaan 28:een eri yritykseen sähköisesti, jonka lisäksi satunnaisesti valikoiduilta yrityksiltä (9 kpl) tiedusteltiin lisäksi mahdollisuutta osallistua kyselyyn puhelimitse. Kysely toteutettiin e-lomakkeen avulla, mutta tämän lisäksi mahdollisuus oli vastata kyselyyn myös sähköpostin välityksellä. Puhelinhaastattelupyynnöt eivät tuottaneet suoria vastauksia, mutta kaksi yritystä lupasivat vastata kyselyyni sähköpostitse, kiireen hellittäessä. Yrityksiin oltiin yhteydessä tutkimuksen puolesta useampaan kertaan sähköpostitse, mutta loppujen lopuksi vastausprosentti jäi siitä huolimatta valitettavan alhaiseksi. 29 % kyselyyn valituista yrityksistä antoi vastauksensa.

E-lomakkeeseen tuli vastauksia viisi kappaletta, jonka lisäksi kolme yritystä välitti vastauksensa sähköpostitse. Näistä kahdeksasta vastauksesta yhden yrityksen vastauksista puuttui tarvittavia taustatietoja ja vastaukset eivät tuntuneet muiltakaan osin olevan täysin luotettavalla pohjalla, joten kyseinen lomake poistettiin tutkimuksen tulosten analysointivaiheessa pois. Kahdeksasta vastauksesta kolme annettiin yrityksen nimellä, kolme täysin nimettömästi ja kaksi annettiin yrityksen nimellä, mutta pyydettiin jättämään yrityksen nimi pois tuloksia julkaistaessa. Tulosten analysoinnissa kaikki vastaukset tullaan analysoimaan yhtenä kokonaisuutena, anonymisti ja luottamuksellisesti.

Kyselylomakkeella kerätystä aineistosta nousi pienestä otannasta huolimatta selkeitä yhteneväisyyksiä eri yritysten välillä. Avoimista kysymyskentistä huolimatta vastaukset olivat hyvin pintapuolisia ja ytimekkäitä, mikä johtui varmasti osaltaan kysymysten asettelusta ja liiallisesta johdattelusta (suuntaa antavat vastausvaihtoehdot). Edellä mainituista syistä asioiden esittämisessä on aihepiireittäin jaettujen tiivistelmien lisäksi käytetty havainnollistamiseksi erilaisia helppolukuisia kaavioita ja taulukoita.

Kokonaisuuksien esittämisessä on myös käytetty alkuperäisestä ajatuksesta hieman poiketen paljon tilastollisia faktoja.

6.1 Taustatiedot

Kaikki tutkimukseen osallistuneet yritykset edustivat teollisuusaloja, mikä oli ennakkotietojen mukaan (henkilökohtainen tiedonanto, Tiina Hämäläinen) tutkimusalueen ylivoimaisesti suurin pk-sektorin työllistäjä. Satamittarin taulukossa (Satamittarin www-sivut 2015) on esiteltynä tutkimusalueen suurimmat työllistäjät ja pk-sektorin yritysten lukumäärä kyseisellä alueella. Yritysten toimialoja tarkastelemalla voidaan nähdä teollisuusalojen todellakin muodostavan valtaosan Kaakkois-Satakunnan yritysten toimintakentästä.

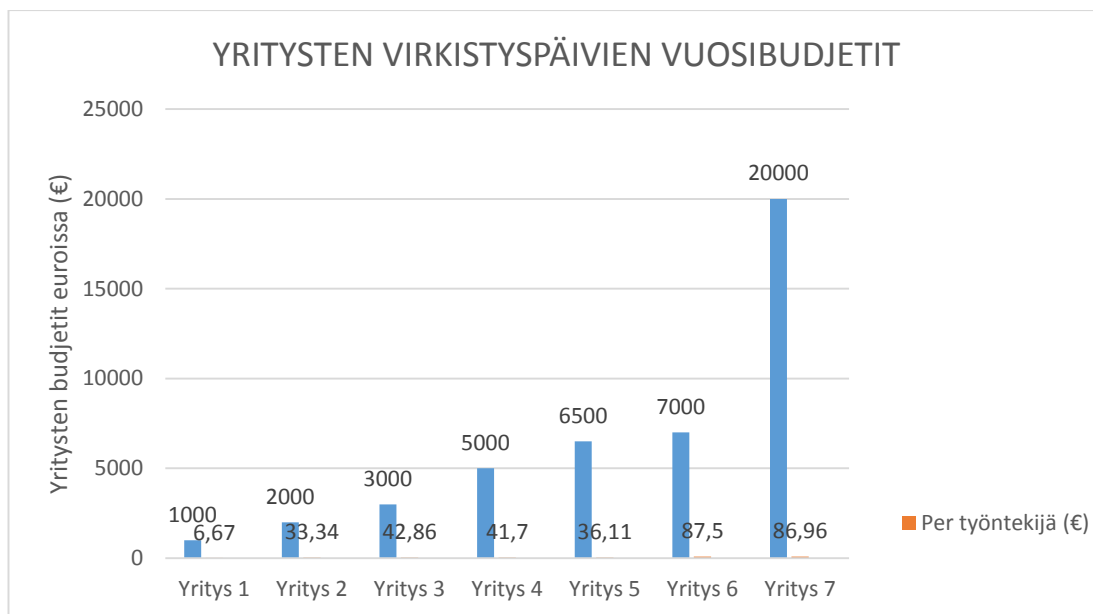
Kolmessa yrityksessä henkilöstöprofiili oli selvästi miesvaltaista ja nämä yritykset edustivatkin raskaan teollisuuden tuotantoa. Neljä muuta yritystä edustivat puolestaan elintarviketeollisuutta ja henkilöstö koostui tasapuolisesti sekä miehistä että naisista.

Kaikki tutkimukseen osallistuneet yritykset edustivat pk-sektorin yrityksiä. Kolme yritystä olivat kyseisen sektorin (50- 250 hlö työllistävät) pienemmästä päästä. Heidän palkkalistoillaan oli 60- 80 työntekijää. Toiset neljä yritystä edustivat pk-sektorin keskisuuria yrityksiä ja heidän henkilöstövahvuutensa liikkui 120- 230 työntekijän välillä.

6.2 Virkistystoiminta

Virkistystoiminnan osuudessa kyselylomakkeella selvitettiin yritysten virkistyspäivien käytäntöjä. Minkälaista ohjelmaa virkistyspäivät pitävät sisällään ja mitä palveluita yritysten virkistyspäivien järjestämiseen käytetään. Tämän lisäksi selvitettiin hieman virkistyspäivien taustatietoja, kuten budjettia, osallistujamäärää, kestoja sekä kuinka monta virkistyspäivää yrityksessä järjestetään vuosittain. Viimeisenä olennaisena tietona selvitettiin virkistyspäivien yleisimpiä tapahtumapaikkoja, jolla haluttiin selvittää kuinka paljon alueen yritykset suuntaavat virkistystoimintaansa tutkimusalu-

een ulkopuolelle ja kuinka moni hyödyntää paikallisia palveluita. Seuraavassa käydään tuloksia läpi kysymys kerrallaan, esittäen havaintoja niin taulukoiden kuin suorien lainausten avulla.



Kaavio 1. Yritysten virkistyspäivien järjestämiseen käytettävät vuosibudjetit

Kyseisessä kaaviossa on esitetty tutkimukseen osallistuneiden yritysten käyttämät vuosibudjetit virkistyspäivien järjestämiseen. Informatiivisimman arvon kertoo palkin alla oleva luku, joka ilmaisee virkistyspäivien taloudellisen panostuksen (euroissa) yrityksen yksittäistä työntekijää kohden. Tässä yhteydessä pitää toki huomioda se mahdollisuus, että yrityksissä ei välttämättä virkistystoimintaan osallistu kaikki työntekijät tai taloudellinen panostus ei jakaudu tasaisesti jokaisen yrityksen työntekijän kesken. Siitä huolimatta kyseinen henkilöstön määrään suhteutettu arvo kertoo mielestäni enemmän yrityksen virkistyspäivien järjestämiseen liittyvästä budjetoinnista ja henkilöstön työhyvinvoinnin edistämisestä kuin yrityksen kokonaisbudjetti, joka luonnollisesti kulkee käsi kädessä yrityksen koon mukaan.

Yritysten virkistyspäivien budjetista voidaan vetää jo hieman alustavia johtopäätöksiä virkistyspäivien sisällöstä, sillä viidessä yrityksessä työntekijää kohden budjetoitu eu-

romäärä virkistyspäivillä oli alle 45 euroa, mitä voidaan pitää melko vähäisenä panostuksena. Kyseinen summa rajoittaa hyvin paljon käytettävien palveluiden kattausta ja näissä yrityksissä virkistyspäivien sisältö myös oli hieman suppeampaa ja pienimuotoisempaa kuin kahdessa muussa yrityksessä, joissa virkistyspäivien budjettiin oli varattu yli 80 euroa per työntekijä. Kyselyssä ei tiedusteltu työntekijöiden omakustanteisuuden arvoa virkistyspäivien suhteen, mutta ohjelmasisältöjen ja budjettien asettamien mahdollisuuksien välillä oli havaittavissa omasta mielestäni ristiriitoja, mikä voisi viitata siihen, että osa virkistyspäivien sisällöstä olisi työntekijöiden omalla kustannuksella toteutettu. Esimerkiksi ”urheilua, ruokailu ja mahdolliset jatkot” eivät ole toteutettavissa noin 7 euron budjetilla per osallistuja.

Virkistyspäivien järjestämiseen määritellyt budjetit sanelevat pitkälti sen kuinkamonta virkistyspäivää yrityksellä on mahdollista järjestää vuosittain. Toinen asiaan keskeisesti vaikuttava tekijä on luonnollisesti osallistujamäärä. Yritysten virkistystapahtumien osallistujamäärät vaihtelevat suuresti tapahtumien luonteen mukaan, joten osallistujamääristä on vaikea vetää selkeitä johtopäätöksiä budjetin suhteen. Toisaalta joissakin yrityksissä koko budjetti voidaan käyttää yhteen selvästi suurempaan virkistystapahtumaan, joten kliseisesti sanottuna kaikki vaikuttaa kaikkeen ja yrityksen tavoitteet sekä toimintatavat määrittelevät pitkälti miten virkistystapahtumat yrityksessä ovat järjestetty.

Seuraavassa taulukko (Taulukko 3) tutkimukseen osallistuneiden yritysten budjettien suuruudesta suhteessa virkistyspäivien määrään ja niihin osallistuvien työntekijöiden lukumäärään. Taulukossa on esiteltyä myös yritysten virkistystapahtumien keskimääräinen kesto, joka myös osaltaan määrittää tarvittavan budjetin kokonaissummaa. Yritysten henkilöstömäärä antaa perspektiiviä kokonaisuuteen.

	Yritys 1	Yritys 2	Yritys 3	Yritys 4	Yritys 5	Yritys 6	Yritys 7
Budjetti	1000€	2000€	3000€	5000€	6500€ (3000- 10 000€)	7000€	20 000€
Virkistys- päivien määrä	1 (Eri osastot eri aikaan)	2	2-3	2-3	1-3	3-4	5
Keskimää- räinen Osallistuja- määrä	10	20	10- 20	10- 100	20- 150	10- 80	40
Kesto	n. 12 h	3-8 h	n. 4-8 h	6-8 h	4-8 h	4-12 h	3-4 h
Henkilöstön lukumäärä	150	60	70	120	180	80	230

Taulukko 3. Yritysten virkistyspäivien yhteenveto

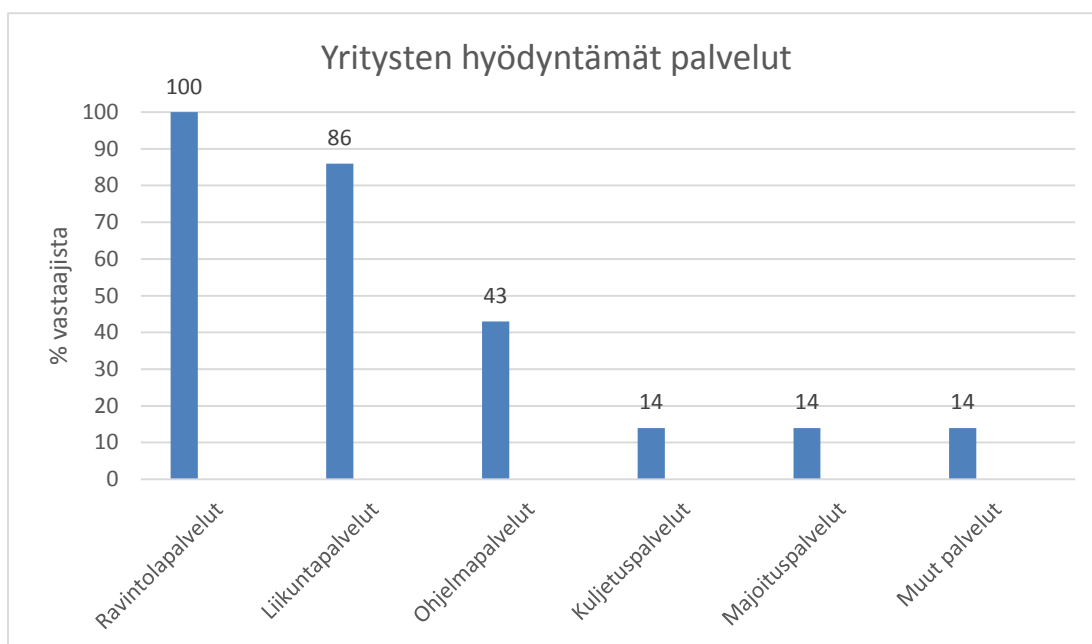
Erityisen huomion arvoista taulukon tiedoissa on mielestäni virkistystapahtumien kesto, sillä verrattuna pienempien yritysten TYKY- ja virkistystapahtumien luonteeseen, pk-sektorin yrityksissä näyttäisi virkistyspäivät olevan suhteellisen lyhyitä tapahtumia.

Edellä mainitut tekijät (Taulukko 1) luovat virkistystapahtumien järjestämiselle lähinnä kehykset, minkä puitteissa toimitaan. Taulukon tietoja voidaan karkeasti hyödyntää palveluiden kehittämisprosessissa niiden oikeanlaisen mitoituksen ja resurssien suunnittelussa. Otanta huomioon ottaen voidaan nähdä myös suuntaa antavia lukuja siitä kuinka suurista summista puhutaan pk-sektorin yritysten virkistystapahtumien palvelujen suhteen. Ottaen huomioon varojen jakaantumisen useammalle palvelusektorille (esim. majoitus-, ravintola-, ohjelma- ja kuljetuspalvelut) pk-sektorin yritysten virkistyspäivien tuoma potentiaali jää kuitenkin melko vähäiseksi yksittäisen alueellisen yrittäjän kannalta. Toisaalta tutkimusalueella palveluiden tarjonta ja kilpailu on myös suhteellisen pientä, joten palvelukonseptien kehittäminen voisi hyvinkin avata paikallisille yrittäjille uusia asiakassuhteita ja luoda vakaamman taloudellisen pohjan.

Soveltuvimpien palveluiden tuottamisen ja kehittämisen kannalta pitäisi ensin saada selville mitä palveluita yritykset oikeastaan tarvitsevat virkistyspäiviensä tueksi. Opin näytetyöni ehdottomasti keskeisintä sisältöä olikin selvittää yritysten virkistystapahtumien järjestämiseen käyttämiä palveluita sekä minkälaista ohjelmaa virkistyspäivät pitävät sisällään. Edellä läpikäydyt taustatiedot olivat kokonaisuuden hahmottamisen kannalta kuitenkin myös tärkeä tuoda esille. Seuraavassa lähdetään kartoittamaan, minkälaisia vastauksia yritykset antoivat virkistyspäiviensä ohjelmallisuudesta ja käytettävistä palveluista, jotta voidaan hahmottaa yritysten tarpeita kokonaisvaltaisemmin.

Tutkimuksen vastauksissa kävi ilmi, että yritysten virkistyspäivien sisältö muodostui hyvin perinteisistä palveluista ja ohjelmallisuuksista. Liikuntaa, ruokailua, yhdessä tekemistä ja Suomalaista perinnekulttuuria edustava klassikko eli saunominen löytyi vähintään joka toiselta vastaajalta listaltaan. Ravintolapalveluiden hyödyntäminen löytyi jokaisen yrityksen vastauslistalta ja liikuntapalveluiden hyödyntäminen tuli myös esille jokaisen yrityksen vastauksista joko ohjelman sisällön kuvauksessa tai käytettävien palveluiden osiossa.

Seuraavassa on esitettyä hyödynnettävien palveluiden kuvaaja yritysten virkistyspäivillä. Prosenttiyksiköt kertovat kuinka moni tutkimukseen osallistunut yritys käyttää kyseistä palvelua virkistyspäiviensä järjestämisessä. Kuvaajan tiedot perustuvat puhtaasti palveluiden hyödyntämisen kysymyksen vastauksiin, eikä siinä ole yhdistelty ohjelmiston kuvauksessa esiintyneitä palveluita.



Kaavio 2. Yritysten hyödyntämät palvelut virkistyspäivien järjestämisessä

Yritysten virkistyspäivien ohjelmallisen sisällön suhteen yritykset olivat harvinaisen yksimielisiä painotettavista osa-alueista. Kaikilla yrityksillä virkistyspäivät olivat sidottu jonkin liikunnallisen aktiviteetin ympärille. Liikunnallinen osuus saattoi olla esimerkiksi keilausta, minigolfia, kuntomittauksia, erilaista rastitoimintaa tai muuta yhteistä liikunnallista tekemistä työporukan kesken. Liikunnallisen toiminnan ohella virkistyspäivien ohjelmaan oli sisällytetty ruokailu tai muita tarjoiluita (6 yritystä). Kolmas tärkeä kokonaisuus yrityksille oli saunominen, joka löytyi neljän yrityksen virkistyspäivien ohjelmasta.

Näiden kolmen ohjelmasisällön lisäksi yritysten vastauksista löytyi suuri joukko yksittäisiä palveluita sekä erilaisia lyhempiä virkistyspäivien ohjelmanumeroita. Muutamissa yrityksissä virkistyspäivät pitivät sisällään erilaisia luentoja tai musiikillista ohjelmaa. Joillakin yrityksillä pidempikestoisten virkistyspäivien lisäksi järjestettiin joitakin lyhempikestoisia virkistystapahtumia, kuten jääkiekko-otteluiden katsomista paikan päällä, teatteriesityksiä, risteilyitä, pikkujouluja ja esimerkiksi likkojen-lenkille osallistuminen työporukalla.

Yritysten virkistyspäivät suuntautuivat kaikilla yrityksillä pieniä yksityiskohtia lukuun ottamatta Satakunnan alueelle. Kahdella yrityksellä sisäiset virkistyspäivät suuntautuivat Satakunnan alueelle, mutta konsernitason virkistyspäivät alueen ulkopuolelle (Tampere, muu Suomi).

6.3 Yritysvierailut

Yritysvierailuiden osiossa kyselyssä selvitettiin, minkälaista ohjelmaa yritysvieraille järjestetään organisaatioissa, kuinka paljon yksittäisen tapahtuman järjestämiseen on budjetoitu sekä yritysvierailuiden kestoja ja keskimääräistä osallistujamäärää. Tilaajan puolelta erityistoiveena oli kartoittaa kansainvälisille yritysvieraille järjestettävien tapahtumien ohjelmaa ja palveluita.

Kyselyn tuloksista ilmeni, ettei kansainvälisten- ja kotimaisten yritysvieraiden tapahtumat poikkea sisällöltään juurikaan toisistaan. Yritysvierailut ja niiden suunniteltu ohjelmallisuus noudatti jokaisen kyselyyn vastanneen yrityksen kohdalla samanlaista, yksinkertaista ja suhteellisen pienimuotoista kaavaa.

Yritysvierailuihin kuului yritysesittely, jonka lisäksi ohjelmaan sisällytettiin ruokailu tai muita tarjoiluita yrityksen puolesta. Kansainvälisille vieraille järjestettiin joissain tapauksissa vain yritysesittely ja tämän ymmärtää, kun asiaa ajattelee siltä kannalta, että kansainväliset vierailijat käyvät monesti tutustumassa useamman yrityksen toimintaan ja noudattavat suhteellisen kiireistä aikataulua. Tilanne on aivan eri, mikäli kyseessä on myynnin edistämiseen tai asiakassuhteiden solmimiseen tiukasti linkittyvä yritysvierailu.

Ruokailu yritysvierailujen suurimpana kokonaisuutena on todettu aikoinaan toimivaksi konseptiksi, joten sen näkyminen vahvasti myös tämän opinnäytetyön tutkimuksen puitteissa ei yllätä yhtään. Esimerkiksi rennon illallisen merkeissä voidaan samalla aikaa tarjota elämyksiä yritysvieraille (erityisesti kansainväliset) paikallisen ruokakulttuurin ja ohjelmanumeroiden avulla ja toisaalta samalla luoda rento ja otollinen

ilmapiiri mahdollisille yritysneuvotteluiden alustamiselle tai muille päämäärille. Ruokailu on myös varma vaihtoehto, sillä erilaiset ohjelmanumerot sisältävät aina sen riskin ettei ne sovellukaan kohdeyleisölle toivotulla tavalla. Esimerkiksi venäläiset pitävät eksoottisista ohjelmalveluista, mutta toisaalta ovat hyvin ylpeitä ja pelkäävät tulewansa nolatuksi. Yritysvierailujen suunnittelussa pitää ottaa etukäteen huomioon monenlaisia kulttuuriin sekä yritysten ja vieraiden käytäntöihin liittyviä tekijöitä. Seuraavassa on esitettyä tutkimuksen tuloksista poimittuja yritysvierailuiden käytäntöjä yhtenä, kompaktina pakettina taulukon (Taulukko 4) muodossa.

	Kotimaiset vieraat	Kansain- väliset vieraat	Ruokailu/ tarjoilut	Yritys- esittely	Budjetti/ per tapahtuma	Kesto	Osallistuja- määrä
Yritys 1	X	X	X	X	100- 500€	2-4 h	1-30 hlö
Yritys 2	X	X	X (vain kotimaisille vieraille)	X	?	2 h	1-50 hlö
Yritys 3	X	X	X		500€	?	2 hlö
Yritys 4	X	X	X	X	200- 800 €	2-3 h	2-20 hlö
Yritys 5	X	X	X	X	100- 500 €	2-4 h	4-10 hlö
Yritys 6	X	X	X	X	200- 600€	3 h	5-10 hlö
Yritys 7	X		”Pieni ohjelma”	X	”Vaihtelee suuresti”	”Vaih- telee”	5-15 hlö

Taulukko 4. Yritysvierailuiden järjestämiseen liittyvät käytännöt

X= Sisältyy yrityksen yritysvierailuiden sisältöön

6.4 Työhyvinvoinnin virkistyspalvelut

Työhyvinvoinnin virkistyspalveluiden kysymysosiossa pyrittiin selvittämään minkälaisia vapaa-ajan virkistyspalveluita yritykset tarjoavat työntekijöilleen, saavatko työntekijät palveluita erilaisten etuseleiden muodossa (liikunta, kulttuuri, lounas jne.), miten yritys muuten palkitsee työntekijöitään ja saavatko yritykset virkistystoimintansa järjestämiseen sponsorointirahoitusta.

Virkistys- ja etuseteleiden mukana tuomat palvelut yritysten työntekijöille tulevat esille työhyvinvoinnin virkistyspalveluiden käsittelyn mukana, joten todetaan vain, että jokaisella tutkimukseen osallistuneella yrityksellä oli käytössään virkistyssetelit. Sponsorointirahoitusta virkistystoimintaansa sai vain yksi kyselyyn vastannut yritys, jonka toimintaa rahoitti työeläkeyhtiöt.

Yritysten tarjoamat vapaa-ajan virkistyspalvelut työntekijöille painoutuivat työkykyä edistäviin liikuntapalveluihin sekä ikäohjelmiin, mitkä edustavat perinteisiä työhyvinvoinnin palveluita. Tämän lisäksi yrityksillä oli käytössään liikunta- ja lounasseteleiden ohella kulttuuripalveluihin painottuvia virkistysseteleitä, joilla tuetaan työntekijän kokonaisvaltaista hyvinvointia.

Liikunta on äärimmäisen tärkeä palanen yksilön työkyvyn ylläpitämisessä, mutta sen lisäksi tarvitaan muita oheispalveluita kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin takaamiseksi. Tässä astuvat kuvaan nimenomaan erilaiset kulttuuria tukevat vapaa-ajan palvelut sekä erityisen suurena voimavarana yritysten ikäohjelmat, joilla voidaan pitää työntekijöiden työkykyä yllä entistä pidempään ja nostaa eläkeikää korkeammaksi.

Tutkimukseen osallistuneiden yritysten työntekijöilleen tarjoamissa vapaa-ajan virkistyspalveluissa noudatettiin myös hyvin samanlaisia käytäntöjä eri yritysten välillä. Yrityksissä nähtiin kuntosaliliikunnan monipuolisuuden hyödyt ja näin ollen kuntosalipalvelut kuuluivatkin kaikissa yrityksissä työntekijöiden ilmaisiin vapaa-ajan palveluihin.

Toinen tärkeä liikuntamuoto yritysten työntekijöiden vapaa-ajan palveluissa oli uiminen, joka edistää yksilön hyvinvointia ja vireydentilaa merkittävästi. Uimahallin palvelut ovat lisäksi erittäin monipuolisia (liikunta, rentoutuminen, sosiaalisuus) ja taloudellisesti hyvin edullinen ratkaisu yrityksille, joten uimahallin palveluiden suosio (5 yritystä) ei tullut ainakaan tutkijalle suurena yllätyksenä.

Kolmantena virkistystoiminnan palvelukokonaisuutena yrityksissä nousi esille ikäohjelman mukainen toiminta, jonka tärkeyttä korosti niin ikään viisi yritystä. Tämä on yrityksen henkilöstörakenteen kannalta tärkeä toiminto, sillä yrityksen työntekijöiden

eri ikäryhmillä on hieman erilaiset tarpeet hyvinvointinsa ja työssä jaksamisensa suhteen. Näin ollen huolellisella ikäryhmittäisellä virkistystoiminnan suunnittelulla ja toteutuksella on mahdollista nostaa yrityksen työntekijöiden eläköitymisikää. Muita yksittäisiä palveluita vapaa-ajan palveluiden suhteen olivat jääurheilu, hiihto, sisäpelivuorot sekä liikunta- ja kulttuuriseteleihin rinnastettavat palvelut.

Tutkimuksessa vapaa-ajan virkistyspalveluiden kanssa osittain rinnakkain kulkenut kokonaisuus oli työntekijöiden palkitseminen. Tämä osio ei tuonut tutkimuksen asiasisältöön mukanaan paljon uutta informaatiota, ja vastauksissa oli pitkälti käytetty hyväksi annettuja esimerkkejä aiheesta. Tästä syystä tutkijalle heräsi epäily kyseisen osion luotettavuudesta. Esitellään tästä huolimatta asiakokonaisuus lyhyesti.

Yritysten työntekijöiden palkitsemisessa tutkimuksessa nousivat vahvasti esille bonukset, tuotantopalkkiot, liikuntapäivät- ja tapahtumat sekä yrityksen ”ylimääräiset” virkistystapahtumat, kuten pikkujoulut, risteilyt ja esimerkiksi Likkojen lenkki-tapahtuma. Virkistystoiminta kokonaisuudessaan nähtiin myös yhtenä kannustimena.

6.5 Tutkimusalueen palvelutarjonnan nykytila ja tulevaisuus

Kyselyssä tutkittiin vastaako Kaakkois-Satakunnan nykyinen palvelutarjonta yritystapahtumien edellyttämiä tarpeita. Kyseisessä osiossa tiedusteltiin myös yritysten tulevaisuuden näkymiä sen suhteen, minkälaisia palveluita he tulevat mahdollisesti hyödyntämään tulevaisuudessa. Viimeiseksi kysyttiin kehitysehdotuksia alueen palvelutarjontaan, koskien yritystapahtumien järjestämistä sekä virkistystoimintaa. Tämä osio osoittautui yritysten vastausten perusteella kaikkein haastavimmaksi ja todennäköisesti työläimmäksi, sillä tässä osiossa kysyttiin ensimmäisen kerran yrityksen omia mielipiteitä eikä puhtaita, yrityksille tiedossa olevia faktoja.

Palvelutarjonnan nykytilasta kyselyyn annettiin yhtä monta vastausta kuin oli vastaajia ja näkemyseroja oli yritysten välillä hyvin paljon. Osittain tämä perustuu luonnollisesti yritysten erilaisiin tarpeisiin ja käytettävien palvelujen painotusalueisiin,

sillä joitakin palveluja on alueella selvästi helpommin saatavilla kuin toisia. Ravintolapalveluiden heikkoa laatua arvosteltiin yhdessä vastauksessa, kun taas toisessa keuhuttiin nimenomaan ravintolapalveluiden tarjonnan olevan kohdallaan. Tutkimusalue on kuitenkin kokonaisuudessaan suhteellisen laaja, joten palvelujen tarjonta vaihtelee myös kaupunkien välillä suuresti ja toisaalta jonkun yrityksen kokema hyvä palvelun laatu voi olla toiselle yritykselle jotain aivan muuta. Tästä johtuen, asiasta ei voida vetää suuria johtopäätöksiä. Palvelutarjonnan koki vastaavan yrityksen tarpeita kolme tutkimukseen osallistuneista yrityksistä, yksi yritys koki tarjonnan välttäväksi ja kolme muuta kokivat palvelutarjonnan olevan heikkoa tai täysin yritysten tarpeiden ulkopuolella.

Kehitysehdotuksina kolme yritystä toivoi kehitettävän monipuolisempia ja laadukkaampia ravintolapalveluita, yksi yritys peräänkuulutti majoituspalveluiden monipuolisuutta ja yksi yritys otti täysin eri suunnan toivomalla pyhäjärvisseudulle ohjattuja luontopolkuretkiä ja pyhäjärviristeilyitä. Tulevaisuuden yritystapahtumien ja virkistystoiminnan suhteen yritykset olivat melko maltillisia ja totesivat jatkavan saman kaaavan mukaisesti tutuilla palveluilla.

6.6 Tulosten luotettavuustarkastelu

Tutkimuksen tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat, sillä ihminen on erehtyväinen ja virheitä tapahtuu tutkimusta tehdessään. Tutkimusta voidaan pitää onnistuneena, mikäli tutkimusongelmiin saadaan luotettavia vastauksia. Luotettavuuden keskeinen mittari on sen toistettavuus, eli toisin sanoen tutkimuksen toistamisella päädyttäisiin samoihin tuloksiin. Tätä kutsutaan myös tutkimustulosten reliabiliteetiksi. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Toinen tärkeä mittari tutkimustulosten luotettavuudelle on niiden validiteetti eli valitun tutkimusmenetelmän kyky mitata juuri niitä asioita mitä sen on suunniteltu mittaavan. Menetelmä ei välttämättä aina vastaa juuri sitä todellisuutta mitä tutkija luulee mittaavansa, mikäli esimerkiksi kyselyn ymmärrettävyydessä on erilainen näkemys tutkijan ja vastaajien välillä. (Hirsjärvi ym. 2009, 231 – 232.)

Laadullisessa tutkimuksessa huomion arvoista on se, ettei tutkija välttämättä kykene täydelliseen objektiivisuuteen, sillä on itse tutkimuksen keskipisteessä tutkimuksen välineenä. (Eskola & Suoranta 2005, 210.)

Tutkimuksen lopulliseksi vastausprosentiksi muodostui lopulta 29 %, joka jäi jonkin verran tavoiteltua alhaisemmaksi. Kvalitatiivinen tutkimus ei usein edellytäkään suurta otantaa, mutta saatujen vastausten pintapuolisuudesta johtuen, antaa suppea otanta hyvin karkean kuvan tutkimusalueen pk-yritysten käyttämistä palveluista. Tästä syystä tutkimuksen tuloksia on syytä tarkastella erityisen kriittisesti ja voidaan sanoa luotettavuuden kärsineen selvästi alhaisesta vastausprosentista johtuen.

Alhaiseen vastausprosenttiin vaikuttaa monesti useat syyt (aihe, ajalliset resurssit jne.), joita on tuotu esille tutkimusmenetelmää esiteltäessä. Yritysten kiinnostusta osallistua tutkimukseen tiedusteltiin ensin puhelimitse ja näistä keskusteluista heräsi jo ajatus siitä, ettei vastausten saaminen tulisi olemaan helppoa. Muutamissa yrityksissä sanottiin, ettei heillä olisi paljon annettavaa aiheeseen, sillä virkistystoiminta oli suhteellisen pienimuotoista ja osassa yrityksistä ei yksinkertaisesti aihe herättänyt riittävästi innostusta kyselyyn tai puhelinhaastatteluun vastaamiseen.

Kyselylomake oli pyritty karsimaan mahdollisimman kompaktiin muotoon, jotta vastaaminen ei kuluisi tuhattomasti aikaa, mutta tästäkin huolimatta avoimet kysymykset varmasti aiheuttivat kiinnostuksen puutetta vastausjoukossa. Kysymykset olivat lisäksi sellaisia, että niiden vastaamiseen olisi tarvinnut olla selvä perehtynyt aiheeseen ja tietoinen yrityksen virkistystoiminnan käytännöistä ja faktatiedoista. Kysely suunnattiin yritysten yleisen sähköpostin lisäksi mahdollisuuksien mukaan henkilöstösihteereille tai muille enakkoon ajateltuna potentiaalisimmille vastaajille, mutta tästä huolimatta uskoisin, ettei kysely tavoittanut osassa yrityksistä oikeaa henkilöä.

Saatekirjeessä toin selkeästi esille tutkimuksen tarkoituksellisuutta ja tietojen käyttökohteita, jonka lisäksi yhteyshenkilöiden tiedot olivat hyvin esillä, joten mielestäni tutkimusta voitiin pitää riittävän luotettavana yritysten näkökulmasta. Tästä syystä en usko tutkimuksen lähtökohtaisen luotettavuuden aiheuttaneen merkittäviä seurauksia lopullisen vastausprosentin suhteen.

Esitestauksella pyrittiin varmistamaan kysymysten ymmärrettävyys, eikä tämän perusteella havaittu ongelmia kysymysten asettelun suhteen. Kaikki esitestaukseen osallistuneet henkilöt ymmärsivät kysymykset oikein. Tutkijan pitäisi olla lähtökohtaisesti puolueeton ja ennakkokäsityksien muodostamista pitäisi välttää, mutta tutkimuksen vastauksista heräsi ajatus siitä oliko kuitenkin ennakkokäsitykset ja näiden kautta joissain kysymyksissä annetut aihepiirin esimerkit "johdatelleet" vastaajia tai antaneet helpon tien vastata ennalta annettujen vaihtoehtojen mukaan, vaikka nämä eivät olisi vastanneet yrityksen todellisia käytäntöjä.

Luotettavuuden kannalta mielestäni suurin kysymysmerkki piilee valitussa tutkimusmenetelmässä, sillä verkkokyselyn pohjalta on mahdotonta sanoa onko kyselyyn vastannut henkilö todella ollut aiheeseen riittävästi perehtynyt ja tietoinen oman yrityksensä käytännöistä. Osa vastauksista annettiin lisäksi ilman yrityksen tai toimihenkilön nimeä, mikä vähensi entisestään tutkimuksen luotettavuuspohjaa.

Tutkimuksen luotettavuuteen voidaan yhdistää vahvasti myös tutkimuksen eettiset periaatteet. Opinnäytetyön tutkimuksen luonne oli tässä tapauksessa sellainen, että eettiset asiat eivät ehkä olleet yhtä vahvasti läsnä, kuten esimerkiksi yritysten tai toimihenkilöiden asemaan tai kilpailukykyyn vaikuttavien arkaluontoisten kysymysten kohdalla. Eettiset näkökulmat huomioitiin kuitenkin siten, että vastaukset käsiteltiin nimettöminä ja tulokset tulevat pysymään jatkossakin luottamuksellisina. Lisäksi tutkimuksen eteneminen ja tulosten käyttökohteet selvitettiin kyselyyn osallistuville etukäteen. Tällä pyrittiin selventämään vastaajille, ettei heidän antamiaan tietoja tulisi käyttää väärin tai eettisesti arveluttaviin tarkoituksiin.

Kyselyssä oli havaittavissa selkeää toistoa ja samankaltaisuutta yritysten käytäntöjen välillä, joten jonkinnäköistä suuntaa yritysten käyttämistä palveluista saatiin ja asetettuihin tutkimusongelmiin saatiin vastauksia. Tällaisenaan tutkimuksen hyödynnettävyys on kuitenkin melko hataralla pohjalla, joten tutkimusta tulisi jalostaa tulevaisuudessa ja hakea selkeämpää sekä luotettavampaa kokonais kuvaa aiheesta.

7 TULOSTEN YHTEENVETO

Opinnäytetyöni tutkimuksessa pääasiallisena painopisteenä oli yritysten virkistystoiminnan ja yritystapahtumien järjestämiseen käyttämien palveluiden kartoittaminen, jonka lisäksi selvitettiin hieman, minkälaisia käytäntöjä yrityksillä on kyseisten toimintojen toteuttamisessa.

Ensimmäisenä tutkimusongelmana oli yritysten virkistyspäivien sekä vapaa-ajan virkistyspalveluiden järjestämiseen käytettävät palvelut. Virkistyspäivien ohjelmallinen sisältö rakennettiin pitkälti kahden palvelukokonaisuuden ympärille. Liikunnallinen yhdessä tekeminen sekä ruokailu tai muu tarjoilu muodosti tapahtumien rungon, jonka lisäksi yrityksillä oli monesti ohjelmaan sisällytetty jokin lisäpalvelu (ohjelmapalvelut, kuljetus ynm.). Vapaa-ajan virkistyspalveluissa nousivat esille niin ikään liikunta- ja palveluiden (kuntosali, uimahalli ynm.) suosiminen sekä toisena keskeisenä palvelukokonaisuutena ikäohjelmien mukainen toiminta.

Toisena tutkimusongelmana selvitettiin mitä yritysvieraille järjestettävät tapahtumat pitivät sisällään eri yrityksissä. Kyselyyn vastanneiden yritysten näkökannat olivat hyvin lähellä toisiaan lähes jokaisen tutkimuksen aihepiirin kohdalla, mutta tässä osiossa vastaukset olivat vielä asteen verran yksimielisempiä. Jokaisessa yrityksessä yritysvieraille järjestettävien tapahtumien ohjelmallinen kulku noudatti samanlaista kaavaa. Ensimmäisenä ohjelmistossa oli niin sanottu virallinen osuus eli yrityksen toiminnan ja tuotteiden esittely, jonka jälkeen ruokailtiin tai nautittiin muista tarjoiluista.

Viimeisenä tutkimusongelmana olivat Kaakkois-satakunnan nykyisen palvelutarjonnan kartoittaminen sekä yritysten kehitysehdotukset palveluiden parantamiseksi. Tässä osiossa pienen otannan ja pintapuolisten vastausten merkitys korostui entisestään eikä vastausten perusteella voinut tehdä merkittäviä johtopäätöksiä. Useamman yrityksen toimesta, kuitenkin toivottiin alueellisia ravintolapalveluita kehitettävän monipuolisempaan suuntaan. Nykyisen palvelutarjonnan vastaavuudesta yritysten tarpeisiin, vastaajat jakautuivat selvästi kahteen ääripäähän. Osa oli vahvasti sitä mieltä, että nykyinen palvelutarjonta ei vastaa yritysten tarpeita oikeastaan millään tasolla, kun taas osa yrityksistä oli varsin tyytyväisiä palveluiden tasosta.

8 POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Opinnäytetyön tutkimuksen alussa esitettiin tavoitteeksi saada tietoa siitä, mitä palveluita tulisi kehittää ja minkälaisia asioita tulisi ottaa huomioon kehitystoimenpiteitä suunnitellessa. Tulevaisuuden tavoitteena nähtiin vahvasti alueellisten palveluiden hyödyntäminen yritysten toiminnassa, minkä kautta tutkimusalueen taloudellista vakautta saataisiin kasvatettua. Lisäksi tutkimustuloksia oli tarkoitus hyödyntää osana erilaisia alueellisia kehityshankkeita.

Tutkimuksen luotettavuuden ja tulosten parhaan mahdollisen hyödynnettävyyden kannalta olisi varmasti ollut haastatteluiden toteuttaminen oikea ratkaisu, sillä tämän tutkimuksen puitteissa kerätty informaatio jäi kokonaisuudessaan melko pintapuoliseksi ja herätti monia uusia kysymyksiä. Tämän tutkimuksen puitteissa kuitenkin päädyttiin resurssien sanelemaan ratkaisuun ja käydään jälkipuintia vain toteutuneen tutkimuksen puitteissa.

Mielestäni tutkimuksen päätavoite eli yritysten käyttämien palveluiden (virkistystoiminnan ja yritysvierailuiden järjestäminen) kartoitus toteutui. Vastauksista kävi selvästi ilmi mitä palveluita yritykset suosivat kyseisten toimintojen järjestämisessä ja minkälaista ohjelmaa yritystapahtumat pitävät sisällään. Yritystapahtumien muista käytännöistä, kuten osallistujamäärästä, budjetista ja kestosta saatiin suhteellisen riittävästi informaatiota, sillä hajontaa oli paljon ja vastauksissa annettiin melko suuria vaihteluvälejä. Täytyy myös huomioda, että otanta oli melko pieni ja sen luotettavuudesta koko alueen kuvaajana voidaan olla montaa mieltä.

Tutkimuksen lähtökohtana oli saada lopullisia vastauksia perusteellisempaa tietoa yritysten käytännöistä, mutta annetut vastaukset olivat pitkälti tutkimusmenetelmän valinnasta johtuen hyvin ytimekkäitä ja keskittyivät vain keskeisimpien faktojen esiin-

tuomiseen. Osaltaan tähän vaikutti myös kysymysten vääränlainen muotoilu ja asettelu. Yritysten osallistumishalukkuus tutkimukseen voidaan nähdä myös yhtenä ongelma-kohtana, sillä puhelinhaastattelut eivät herättäneet kiinnostusta ja varsinaisessa kyselyssä kehitysehdotuksien osuudessa yritykset jättivät suurelta osin vastaamatta kysymyksiin. Näistä syistä johtuen on tutkimuksen tulosten hyödynnettävyyden suhteen oltava kriittinen.

Alueellisten kehityshankkeiden tukena tutkimuksen tulosten hyödynnettävyys on äärimmäisen rajallista eivätkä tutkimustulokset tällaisenaan edesauta asetettujen pidemmän tähtäimen tavoitteiden saavuttamista.

Tästä syystä jatkotutkimuksena ehdottaisin tutkimuksen toteuttamista uudestaan, mutta tutkimuskohteiden suuntaaminen olisi oltava tarkemmin määritelty. Osakokonaisuudet (virkistystoiminta, yritysvierailut, virkistyspäivät) voitaisiin hyvin jakaa omiksi tutkimuskokonaisuuksiksi. Tutkimuksen toteutus tapahtuisi haastattelemalla yritysten henkilöstösihteereitä tai muita asioista vastaavia henkilöitä, jolloin saataisiin tarkempaa tietoa yritysten perimmäisistä käytännöistä.

LÄHTEET

Davidson, R. & Cope, B. 2003. Business Travel. Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel. FT Prentice Hall.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7. painos. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Holopainen, T. 2012. Yrityksen perustamisopas: Käytännön perustamistoimet. 21. uudistettu painos. Jyväskylä: Bookwell Oy.

Kehusmaa, K. 2011. Työhyvinvointi kilpailuetuna. Hämeenlinna: Kauppakamari.

Krabbe, K. 2004. Suhdetoiminnan käsikirja. Helsinki: Karisto Oy.

Leskinen, T. & Hult, H-M. 2010. Kokonaisvaltainen hyvinvointi: Kristallisoitu toimintatapa. Saavuta tavoitteesi. Helsinki: Tammi.

Manka, M-L. 2010. Työssä jaksaminen- ennakoiva näkökulma. Viitattu 2.4.2015. http://www.uta.fi/projektit/haku/seminaarit/manka_26_5.pdf

Marketplace www-sivut. 2015. Viitattu 25.4.2015. <http://www.marketplace.org/topics/life/americans-not-taking-vacation-and-it-hurts>

Otala, L & Ahonen, G. 2003. Työhyvinvointi tuloksen tekijänä. Helsinki: WSOY.

Otala, L & Ahonen, G. 2005. Työhyvinvointi tuloksen tekijänä. 2. uud. p. Helsinki: WSOY.

Rauramo, P. 2008. Työhyvinvoinnin portaat. Helsinki: Edita Prima Oy.

Satamittarin www-sivut. 2015. Viitattu 19.3.2015. http://www.satamittari.fi/Suurimmat_yritysty%C3%B6nantajat_kunnittain

Suomen virallinen tilasto (SVT): Työvoimakustannustutkimus [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-3261. 2012. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 30.3.2015].

Ylen www-sivut. 2015. Viitattu 15.4.2015. http://yle.fi/uutiset/tyontekija_jaa_saikulle_yha_harvemmin/7901412

Ylen www-sivut. 2015. Viitattu 25.4.2015. http://yle.fi/uutiset/usassa_ei_tunnetta_vuosilomia__suomi_on_eun_keskikastia/6587313

VERKKOKYSELYLOMAKE

Perustiedot

- Jättäkää yrityksen nimi avoimeksi, mikäli haluatte vastata nimettömästi
- 1. Yrityksen nimi:
- 2. Toimiala:
- 3. Työntekijöiden lukumäärä:
- 4. Henkilöstön profiili: Miesvaltainen, naisvaltainen, ei merkittävää eroa

Virkistyspäivät

- Kuinka paljon yrityksen virkistyspäivien järjestämiseen on budjetoitu keskimäärin vuosittain?
- Kuinka monta virkistyspäivää yrityksen työntekijöille keskimäärin järjestetään vuosittain?
- Keskimääräinen osallistujamäärä virkistyspäivillä?
- Kuinka kauan virkistystapahtumat yleensä kestävät?
(alle 1 vrk, 1-2 vrk, yli 2vrk, vaihtelevat tapahtuman luonteen mukaan)
- Minkälaista ohjelmaa yrityksen virkistyspäivät pitävät sisällään?
- Minkälaisia palveluita yrityksen virkistyspäivien järjestämisessä käytetään?
(esim. ohjelmapalvelut, ravintolapalvelut, majoitus ynm.)
- Mihin yrityksen virkistyspäivät suuntautuvat? (Satakunta, ulkopuolelle)

Yritysvieraat (Kotimaiset ja kansainväliset vieraat)

- Kaikissa kysymyksissä tarkoitetaan yritykseenne suuntautuvia vierailuja
- Käykö yrityksessänne yritysvieraita?(Kansainvälisiä/kotimaisia yritysvieraita)
- Minkälaista ohjelmaa kansainvälisille vieraille yleensä on järjestetty?
- Minkälaista ohjelmaa kotimaisten yritysvieraiden tapahtumat puolestaan pitävät sisällään?

- Yritysvierailujen keskimääräinen kesto ja budjetti per tapahtuma?
- Keskimääräinen osallistujamäärä:
Kansainvälisillä yritysvierailuilla?
Kotimaisilla yritysvierailuilla?

Työhyvinvoinnin virkistyspalvelut

- Tarjoaako yritys työntekijöilleen virkistysseleitä tai muita vastaavia etuja (esim. liikunta, kulttuuri, lounas ynm.)?
- Miten yritys palkitsee työntekijöitään?
(esim. bonukset, virkistystoiminta, kannustematkat ynm.)
- Minkälaisia muita työhyvinvointia edistäviä vapaa-ajan virkistyspalveluita yritys tarjoaa työntekijöilleen? (esim. kuntosali, liikuntamahdollisuudet, muut harrasteet)
- Saako yritys työhyvinvointiin tai virkistyspäivien järjestämiseen sponsorointirahoitusta?(esim. vakuutusyhtiöt tai muut yhteistyökumppanit)

Nykyinen palvelutarjonta ja tulevaisuus

- Vastaako Kaakkoissatakunnan (Huittinen-Eura-Köyliö-Säkylä-Kokemäki) palvelutarjonta mielestänne yrityksenne virkistyspäivien ja yritysvierailujen järjestämiseen vaadittavia puitteita?
- Minkälaisia alueellisia palveluita toivoisitte kehitettävän yritystapahtumienne järjestämisen helpottamiseksi?
- Yritystapahtumienne ja työhyvinvoinnin virkistyspalvelujenne tulevaisuuden näkymät. Minkälaisia palveluita olette suunnitelleet hyödyntävän tulevaisuudessa?

SAATEKIRJE

Hei,

Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulussa (Pori, Tiedepuisto) matkailun restonomi-linjalla ja edessäni on opinnäytetyön laatiminen. Opinnäytetyöni aiheena on selvittää Kaakkois-Satakunnan pk-sektorin yritysten käytäntöjä virkistystoiminnan ja yritysvierailuiden suhteen. Opinnäytetyöni toteutetaan yhteistyössä Kokemäen kaupungin kanssa ja yhteyshenkilönä projektissa toimii Tiina Hämäläinen. Tutkimuksen tuloksia on tarkoitus hyödyntää alueellisten palveluiden parantamisessa sekä erilaisten Satakunnan sisäisten kehityshankkeiden tukena. Tutkimuskohteena ovat tutkimusalueella (Huittinen-Eura-Köyliö-Säkylä-Kokemäki) toimivat pk-sektorin yritykset (+muutama suuri yritys).

Kyselylomakkeeseen voi vastata halutessaan myös nimettömänä, jättämällä ”yrityksen nimi”- kohdan avoimeksi. Tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista, mutta toivoin mahdollisimman monen siihen osallistuvan, jotta tutkimuksen tulokset olisivat mahdollisimman luotettavia ja niiden avulla saisimme yhteistuumin kehitettyä Kaakkois-Satakunnan elinkeinoelämää. Pyydän teitä ystävällisesti vastaamaan oheiseen kyselylomakkeeseen 6.4.2015 mennessä.

Kyselylomake löytyy e-lomakkeena osoitteesta: <https://elomake.samk.fi/lomakkeet/4282/lomake.html>

Opinnäytetyön tilaajana toimii Tiina Hämäläinen: XXXXX

Mikäli teillä on kysyttävää tutkimuksesta, voitte ottaa minuun yhteyttä!

Kiitos etukäteen vastauksista!

Ystävällisin terveisin

Ville-Pekka Arponen

Puh. XXXXX

Email: XXXXX